

Sveučilište Jurja Dobrile u Puli
Fakultet ekonomije i turizma
«Dr. Mijo Mirković»

MORENA KOSTELIĆ

EKOLOŠKI TURIZAM U ZAŠTIĆENIM PODRUČJIMA

Završni rad

Pula, 2016.

Sveučilište Jurja Dobrile u Puli
Fakultet ekonomije i turizma
«Dr. Mijo Mirković»

MORENA KOSTELIĆ

**EKOLOŠKI TURIZAM U ZAŠTIĆENIM
PODRUČJIMA**

Završni rad

JMBAG: 0303036220, redovita studentica

Studijski smjer: Turizam

Predmet: Fenomenologija iskustva u turizmu

Mentor: doc. dr. sc. Aljoša Vitasović

Pula, prosinac 2016.



IZJAVA O AKADEMSKOJ ČESTITOSTI

Ja, dolje potpisana Morena Kostelić, kandidat za prvostupnika poslovne ekonomije, smjera turizam ovime izjavljujem da je ovaj Završni rad rezultat isključivo mogega vlastitog rada, da se temelji na mojim istraživanjima te da se oslanja na objavljenu literaturu kao što to pokazuju korištene bilješke i bibliografija. Izjavljujem da niti jedan dio Završnog rada nije napisan na nedozvoljen način, odnosno da je prepisan iz kojega necitiranog rada, te da ikoji dio rada krši bilo čija autorska prava. Izjavljujem, također, da nijedan dio rada nije iskorišten za koji drugi rad pri bilo kojoj drugoj visokoškolskoj, znanstvenoj ili radnoj ustanovi.

Student

U Puli, _____, _____ godine



IZJAVA

o korištenju autorskog djela

Ja, Morena Kostelić dajem odobrenje Sveučilištu Jurja Dobrile

u Puli, kao nositelju prava iskorištavanja, da moj završni rad pod nazivom Ekološki turizam u zaštićenim područjima koristi na način da gore navedeno autorsko djelo, kao cjeloviti tekst trajno objavi u javnoj internetskoj bazi Sveučilišne knjižnice Sveučilišta Jurja Dobrile u Puli te kopira u javnu internetsku bazu završnih radova Nacionalne i sveučilišne knjižnice (stavljanje na raspolaganje javnosti), sve u skladu s Zakonom o autorskom pravu i drugim srodnim pravima i dobrom akademskom praksom, a radi promicanja otvorenoga, slobodnoga pristupa znanstvenim informacijama.

Za korištenje autorskog djela na gore navedeni način ne potražujem naknadu.

U Puli, _____ (datum)

Potpis

Sadržaj

1. UVOD	1
2. TURIZAM I NJEGOVA OSNOVNA OBILJEŽJA	2
2.1. Pokretački čimbenici turizma.....	4
2.2. Povijesni razvoj turizma	7
2.3. Osnovna obilježja turističkog tržišta.....	12
2.3.1. Turistička potražnja	14
2.3.2. Turistička ponuda	15
3. POSEBNI OBLICI TURIZMA I ODRŽIVI RAZVOJ TURIZMA.....	19
3. 1. Vrste selektivnog turizma	22
3. 2. Održivi razvoj turizma i indikatori održivog turizma	23
4. EKOLOŠKI TURIZAM	28
4.1. Povijesni razvoj ekološkog turizma	29
4. 2. Ekoturisti i njihovo ponašanje u turizmu.....	30
5. ZAŠTIĆENA PRIRODNA PODRUČJA U HRVATSKOJ.....	34
6. Nacionalni park Plitvička jezera	38
6.1. Zone u Nacionalnom parku Plitvička jezera.....	39
6. 2. Turistička ponuda u Nacionalnom parku Plitvička jezera	41
6. 3. Posjetitelji u Nacionalnom parku Plitvička jezera.....	42
6. 4. Akcijski plan Nacionalnog parka Plitvička jezera	45
7. ZAKLJUČAK	47
LITERATURA	48
POPIS TABLICA.....	49
POPIS SLIKA	49
SAŽETAK.....	50
SUMMARY	51

1. UVOD

Tema ovog završnog rada je uloga ekoturizma u zaštićenim područjima na primjeru Nacionalnog parka Plitvička jezera. Ekoturizam je jedna od vrsta turizma koja se provodi u zaštićenim područjima. Ta vrsta turizma je različita u pojedinim zemljama svijeta. Svaka zemlja valorizira zaštićena područja na svoj način. U Hrvatskoj pod zaštićenim područjima se podrazumijevaju nacionalni parkovi, parkovi prirode, strogi rezervati, spomenici prirode te ostali. Nacionalni park je bogat prirodnim resursima koji se u određenoj mjeri koriste u turističke svrhe. Zbog UNESCO-ve zaštite, u parku nisu dozvoljene velike promjene ili pretjerana izgradnja turističke infra i suprastrukture.

Cilj ovog završnog rada je analiziranje ekološkog turizma i njegovih obilježja, kao i značenja za razvoj Nacionalnog parka Plitvička jezera. Hipoteza ovog završnog rada je: ekološki turizam kao vrsta zaštite prirodnih bogatstva.

Metode koje su se koristile za potrebe ovog završnog rada su deduktivna metoda, metoda analize, metoda dokazivanja, metoda kompilacije te metoda klasifikacije.

Završni rad se sastoji od pet povezanih dijelova. Rad započinje definiranjem pojma turizma te pokretačkih čimbenika (potreba, motivacija i rekreacija). Prvo poglavlje obuhvaća povijesni razvoj turizma kako u svijetu, tako i u Hrvatskoj, a završava s osnovnim obilježjima turizma tj. turističkom ponudom i potražnjom. U sljedećem poglavlju navode se posebni oblici turizma, odnosno vrste selektivnog turizma, ali i održivi razvoj turizma i indikatori održivog turizma. Treće poglavlje obuhvaća temu ekološkog turizma. Analizira se povijesni razvoj i ponašanje ekoturista. U sljedećem poglavlju definiraju se i analiziraju zaštićena prirodna područja u Hrvatskoj. Posljednje poglavlje opisuje Nacionalni park Plitvička jezera i zone zaštite, kao i turističku ponudu. Također u posljednjem poglavlju govori se o posjetiteljima Parka i akcijskom planu tj. mjerama koje se trebaju poduzeti.

2. TURIZAM I NJEGOVA OSNOVNA OBILJEŽJA

Kada bi se postavilo pitanje „Što je to turizam?“ određenoj skupini ljudi, odgovori bi bili različiti. Što više, koliko ima ispitanika toliko će i biti različitih odgovora na ovo pitanje. Svatko od nas ima različitu percepciju riječi „turizam“. Neki turizam poistovjećuju s putovanjem, rekreacijom ili boravkom izvan mjesta stanovanja. Upravo prva definicija turizma, tj. definicija koja je bila prihvaćena od svih autora pa i Međunarodnog udruženja znanstvenih turističkih stručnjaka (AIEST) je sadržavala već navedene komponente (putovanje, rekreacija, boravak izvan mjesta stanovanja).

Prije definiranja turizma potrebno je upoznati se s pojmom „turist“, jer je prije svega prvo postojao putnik tj. turist, a zatim njegove aktivnosti. Jedna od definicija turista je sljedeća: „Turist je dobrovoljni, privremeni putnik koji putuje u očekivanju zadovoljstva koja mu mogu pružiti novosti i promjene doživljene na relativno dugom i neučestalom kružnom putovanju“.¹ Definicija turizma koju su objavili Hunziker i Krapf 1942. godine i koja je priznata od strane AIEST glasi: „Turizam je skup odnosa i pojava koje proizlaze iz putovanja i boravka posjetitelja nekog mjesta, ako se tim boravkom ne zasniva stalno prebivalište i ako s takvim boravkom nije povezana nikakva njihova gospodarska djelatnost“.²

Kako bi se bolje razumjele navedene definicije potrebno ih je analizirati. Turist je putnik koji je svojom voljom odlučio napustiti svoje mjesto stalnog boravka. Do toga je došlo zbog velikih životnih promjena i radnih uvjeta. Isto tako, čovjek je u današnje vrijeme „rob“ svog posla u kojem je sve ubrzano i monotono. Njegov život se svodi samo na odlazak iz kuće na radno mjesto i povratak kući. Upravo zbog toga, čovjek postaje željan promjena te tako se javlja potreba za bijegom od svakodnevice gdje ga očekuje zadovoljstvo i novosti. Sljedeći segment u definiciji turista je da turist ne putuje često, već ostaje nekoliko dana izvan mjesta svog boravka. Takav oblik putovanja se naziva kružno putovanje jer se turist vraća u točku polazišta, tj. u mjesto stalnog boravka.

¹ B. Pirjevec, O. Kesar, *Počela turizma*, Zagreb, mikrorad d.o.o., 2002., str. 5.

² loc. cit.

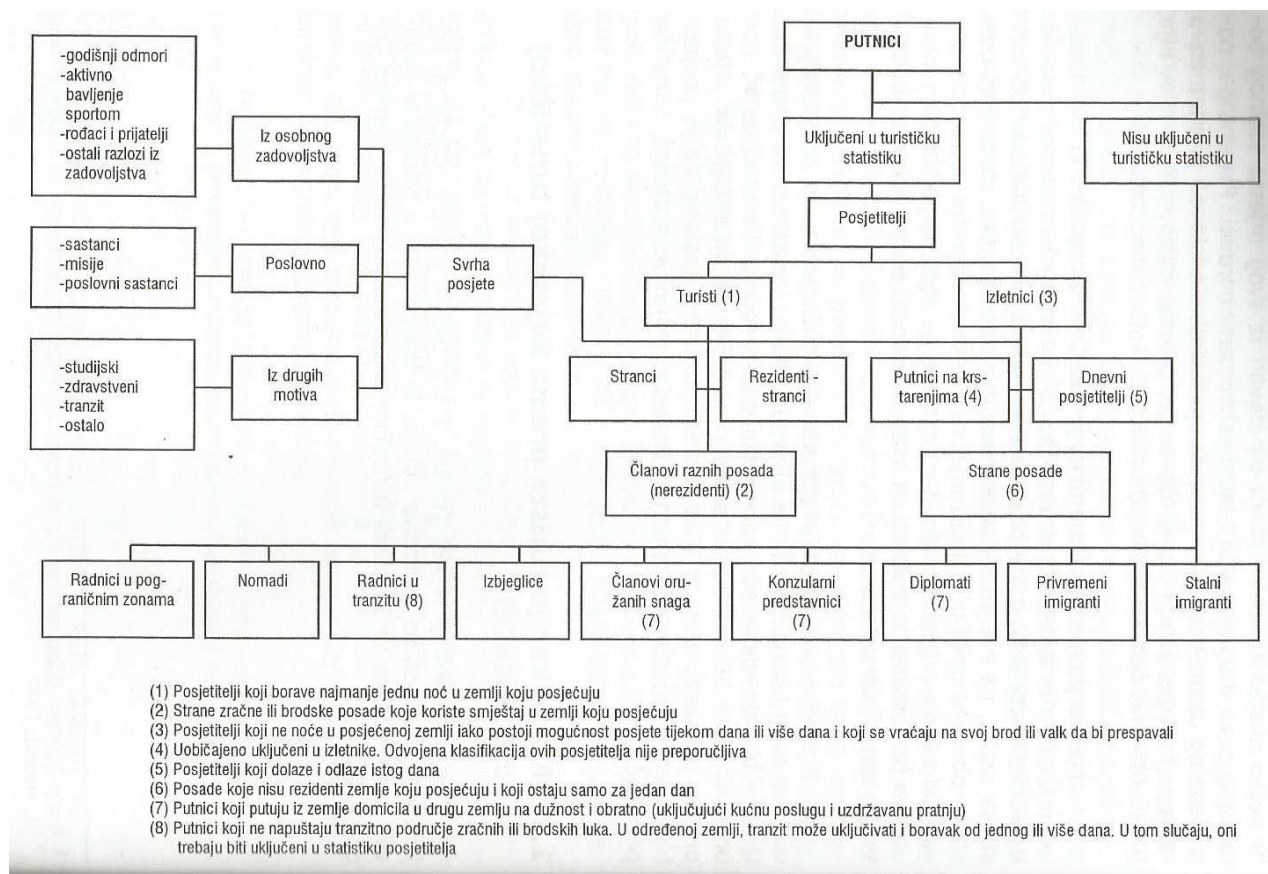
Nakon pojašnjavanja definicije turista, potrebno je pojasniti i definiciju turizma. Definicija započinje s tim da je turizam skup odnosa i pojava, a to zapravo znači da turizam nije jednoznačna pojava već je kombinacija ugostiteljskih usluga, usluga turističkog posredovanja, trgovine, rekreacije itd. Mnogi unutarnji i vanjski čimbenici utječu na formiranje, ponašanje i potrošnju sudionika na turističkom tržištu.³ Turizam je s jedne strane putovanje, a s druge strane je privremeni boravak u nekoj turističkoj destinaciji. Kaže se da „svaki turist je putnik, ali svaki putnik nije turist“. A da bi putnik postao turist mora otići izvan mjesta stalnog boravka i tamo mora privremeno boraviti. Privremeni boravak se odvija u turističkoj destinaciji koja je bogata prirodnim i antropogenim resursima, a upravo su oni razlog dolaska u tu destinaciju. Na kraju definicije se nalazi komponenta koja naglašava da turist ne smije obavljati nikakvu gospodarsku djelatnost gdje imaju mogućnost ostvarivanja ekonomske dobiti.

Najkraću i najpregledniju podjelu turista i putnika je objavila Svjetska turistička organizacija (slika 1.). Na toj podjeli je jasno vidljivo tko se smatra turistima i koja je svrha njihova putovanja, tko su izletnici, ali i tko nisu turisti. Vrlo važno je spomenuti i definiciju turista od strane Državnog zavoda za statistiku Hrvatske, a ona glasi: „Turist je svaka osoba koja u mjestu izvan svog prebivališta provede najmanje jednu noć u ugostiteljskom ili drugom objektu za smještaj gostiju, radi odmora ili rekreacije, zdravlja, studija, sporta, religije, obitelji, poslova, javnih misija i skupova“.⁴ Turist je registriran u svakom mjestu ili objektu gdje boravi i zbog toga, u slučaju promjene mjesta ili objekta, dolazi do njegova ponovnog iskazivanja, a time i dvostrukosti u podacima. Prema tome, statistika evidentira broj dolazaka turista, a ne broj turista.⁵

³ ibidem str. 6.

⁴ ibidem str. 10.

⁵ B. Pirjevec, *Ekonomska obilježja turizma*, Zagreb, Golden marketing, 1998., str. 22.



Slika 1. Klasifikacija putnika prema WTO

Izvor: B. Pirjevec, O. Keser (2002.), *Počela turizma*, mikrorad d.o.o., Zagreb

2.1. Pokretački čimbenici turizma

Kako bi čovjek ostvario turističko putovanje, potrebno je da osim vremena namijenjenog dokolici i potrebnih sredstava, donese odluku o posjeti nekom mjestu ili odlasku na putovanje. Da bi se ta odluka donesla, čovjek mora osjetiti potrebu i mora biti motiviran da bi tu svoju potrebu zadovoljio. Razlog ostvarivanju turističkog putovanja je monotona svakodnevica u kojoj je čovjek nervozan, iscrpljen, umoran.

U turizmu je to **turistička potreba** jer osoba na kraće vrijeme napušta svoje mjesto stalnog boravka i slobodno vrijeme iskorištava na suprotan način od onog što ga

provodi kod kuće. Da bi se objasnile turističke potrebe, mnogi autori koriste poznato djelo „Teorija ljudske motivacije“ A. H. Maslowa, koji je klasificirao ljudske potrebe.⁶

Mill i Morrison su pokazali kako je moguće sagledati turističke potrebe putem općeg modela ljudskih potreba (tablica 1.)

Potrebe	Motivi	Navodi u turističkoj literaturi
Fiziološke	Relaksacija	Bijeg, opuštanje, ublaženje napetosti, žudnja za suncem, mentalno opuštanje napetosti
Sigurnost	Osiguranje	Zdravlje, rekreacija, održati se aktivnim i zdravim za budućnost
Pripadnost	Ljubav	Obiteljsko zajedništvo, pojačanje srodstvenih odnosa, društvenost, olakšati društvene odnose, održavanje osobnih veza, međuljudski odnosi, korijeni, etnički, privrženost članovima obitelji, održavanje socijalnih kontakata
Poštovanje	Ostvarenje	Uvjerenje o nečijem postignuću, pokazati nečiju važnost drugima, prestiž, društvena prepoznatljivost, pojačanje vlastitog „ja“, profesionalnost/posao, osobni razvitak, status i prestiž
Samoostvarenje	Istina prema vlastitoj prirodi	Istraživanje i osobna ocjena, vlastito upoznavanje, zadovoljavanje vlastitih želja
Znati i razumjeti	Znanje	Kultura, obrazovanje, želja za lutanjem, zanimanje za druga područja
Estetske	Uvažavanje ljepote	Okoline, pejzaža

Tablica 1. Potrebe i motivacija navedene u turističkoj literaturi prema Maslowu

Izvor: B. Pirjevec (1998.), *Ekonomska obilježja turizma*, Golden marketing, Zagreb, str. 24.

⁶ ibidem str. 24.

Kao što je vidljivo u tablici, svaka od osnovnih ljudskih potreba ima svoj smisao i kod turističkih potreba. Turističke potrebe se javljaju nakon što se zadovolje primarne potrebe, pa se može reći da one (turističke potrebe) spadaju u grupu sekundarnih potreba.

Do 20. st mali broj ljudi je putovalo radi zadovoljstva. Putovanja su se održavala zbog trgovine, odlaskom na hodočašća ili zbog edukacije. Kada je došlo do turističkih potreba, ipak je trebao postojati unutrašnji poticaj na određenu aktivnost-motiv, tj. **turistički motiv**.

Turistička motivacija je u današnje vrijeme složenija i obuhvaća više razloga za putovanje, odnosno postoji splet motiva. Najčešći razlog putovanja, pa samim time i motiv je odmor. Postoji još mnogo motiva tako da oni čak i određuju vrste turizma. Motivi su: lov, nautika, gastronomija, posjet svetištu, glazbeni događaji, razne izložbe. Vrste turizma: boravišni, lovni turizam, vjerski turizam, nautički turizam, itd.

Institut za turizam je objavio 2015. godine u Istraživanju TOMAS ljeto 2014. motive dolaska u Hrvatsku (tablica 2.).

1. Pasivni odmor, opuštanje	75%
2. Zabava	43%
3. Nova iskustva i doživljaji	30%
4. Gastronomija	26%
5. Upoznavanje prirodnih ljepota	20%
6. Sport, rekreacija	7%
7. Kulturne znamenitosti/događanja	7%
8. VFR	6%
9. Zdravstveni razlozi, wellness	5%

Tablica 2. Motivacija turista u Hrvatskoj za 2014. godinu

Izvor: Institut za turizam, TOMAS ljeta 2014., dostupno na:
<http://www.iztztg.hr/UserFiles/File/novosti/2015/Tomas-ljeta-2014-prezentacija-03-02-2015.pdf>

U TOMAS istraživanju od 2010. godine do 2014. godine, vidljiva je stagnacija pasivnog odmora, rast novih iskustava i doživljaja s 25% na 30% te daljnji rast gastronomije s 22% na 26%. Motivi dolaska turista u Hrvatsku 1997. godine, na samom vrhu su bili odmor i relaksacija na moru te upoznavanje prirodnih ljepota, a u današnje vrijeme, osim odmora, visoko rangirani su zabava, nova iskustva i doživljaji te gastronomija. Turistička ponuda Hrvatske mora pratiti trendove kako bi privukla turiste s novim motivima da upravo njihovo slobodno vrijeme provedu u Hrvatskoj.

Rekreacija je temeljna turistička potreba, jer čovjek privremeno napušta svoje mjesto stalnog boravka upravo zbog obnove svojih sposobnosti, svog općeg stanja, dakle i psihičkog i fizičkog, očekujući sveskoliku „rekreaciju“ i time nove poticaje i snagu za ponovno ispunjavanje svakodnevnih obveza.⁷ Rekreacija se može podijeliti prema stupnju uključenosti pojedinca u aktivnosti (aktivna i pasivna) i prema mjestu realizacije (statična i dinamična). Čovjek se može rekreirati u mjestu stalnog boravka, tada je riječ o statičnoj rekreaciji, koja može biti aktivna ili pasivna. Kada čovjek napusti mjesto stalnog putovanja, odnosno kada krene na putovanje kako bi zadovoljio svoje turističke potrebe, tada se govori o aktivnostima koje su vezane uz dinamičku rekreaciju.

2.2. Povijesni razvoj turizma

Mnogi teoretičari i autori razradili su povijest putovanja objavljujući podjele razvoja turizma. Na različite faze, epohe ili vremenska razdoblja utjecali su razvijenost transportnih sredstava, motivi putovanja ili broj sudionika. Jedna od tih podjela je i ona od njemačkog autora W. Freyera koji je naveo 4 razvojne faze putovanja:⁸

- predfaza, od „prapočetka“ do oko 1850. godine

⁷ ibidem str. 27.

⁸ B. Pirjevec, O. Kesar, op. cit., str. 33.

- početna faza, od 1850. do 1914. godine
- razvojna faza, od 1914. do 1945. godine
- visoka faza, od 1945. do danas.

Turizam se u početku povezivao s migracijama stanovništva, ali one nisu bile u turističke svrhe, već je to bio bijeg od rata ili potraga kvalitetnijeg prostora gdje se stanovništvo može baviti, lovom, uzgajanjem hrane i stoke. Jedina turistička obilježja migracija su želja za kretanjem i otkrivanje novih mjesta. Razvoju turizma su mnogo pridonijeli izum kotača i novca još iz vremena stare Mezopotamije (oko 4000 godina prije Krista). U antičkoj Grčkoj (od 776. do 393. godine prije Krista) putovanja su se vezala uz poseban sportski događaj Olimpijskih igara svake 4 godine koja su okupljala veliki broj sudionika.⁹ U vrijeme Rimske države koja je trajala do kraja V. stoljeća, najviše su putovali robovlasnici i pripadnici državne uprave. Opuštali su se na termalnim izvorima te su gradili vile u kojima su se odmarali. Nakon raspada Rimske države došlo je do pada zainteresiranosti za putovanjem zbog nemira te visokih poreza i davanja. Nakon sloma feudalizma početkom XVI. stoljeća, organiziraju se odlasci u lijepe prirodne krajeve s bogatom kulturnom i povijesnom baštinom. U XVII. stoljeću dolazi do individualnih i edukacijskih putovanja koju su nazvana „Grand Tour“ putovanja. Ta putovanja su trajala u prosjeku od 3 do 4 godine, a putovali su mladi pripadnici aristokratskih klasa iz Engleske sa znanstvenicima koji su istraživali prirodu, kulturu i jezike. Putovanje je uključivalo put iz Engleske, preko Francuske (Pariza) i obala Mediterana u pravcu Italije (Genova, Milano, Firenza, Rim, Napulj) koja je i bila cilj putovanja.¹⁰ Dok je povratak u Englesku bio preko Švicarske, Njemačke i zemlja Beneluksa. Razvojem takvih putovanja je došlo do izgradnje objekata u kojima su se pružale usluge točenja pića. Ti objekti su bili smješteni na raskrižju glavnih prometnih putova.

Sredinom XIX. stoljeća turizam postaje potreba širih slojeva društva. U tom vremenu nastupile su promjene u društvu, a njihov uzrok je bila industrijska revolucija. U gradove se naseljava seosko stanovništvo te se razvijaju razne

⁹ ibidem str 34.

¹⁰ ibidem str. 35.

gospodarske djelatnosti, kao npr. industrije, promet, trgovina, bankarstvo. U ovom razdoblju sudionici turističkog putovanja nisu samo aristokracija, već i bogati građani. Vrlo važna osoba u ovom razdoblju je bila Thomas Cook. On se je 1841. godine počeo baviti organiziranjem turističkih putovanja u kojima je sudjelovalo sve više zainteresiranih putnika. Tiskaju se itinereri, brošure, pa sve do serija vodiča po pojedinim zemljama.¹¹ Trendovi putovanja su se počeli mijenjati zbog razvoja željezničke infrastrukture, izgradnje ugostiteljskih kapaciteta i podizanja visokih standarda u općoj organizaciji turističkih putovanja. dolazi do povećanja broja odlazaka turista u kupališna mjesta, zimi se putuje u primorje dok se ljeti putuje u gorje. Ova faza završava s proizvodnjom prvog automobila s benzinskim motorom 1908. godine i uporabom prvog zrakoplova za komercijalne letove 1903. godine.

U 3. fazi je počeo Prvi svjetski rat (1914. godine) pa je razvoj turizam bio zaustavljen. Ipak su ostale poslijeratne štete koje je trebalo što prije sanirati kako bi se turizam nastavio razvijati. Poseban trenutak u poticanju razvoja turističkih putovanja dogodio se 20. lipnja 1936. godine kada su radnički sindikati u Francuskoj od vlade izborili pravo na 14-dnevni godišnji odmor za svoje radnike i taj je godišnji odmor plaćen u punom iznosu.¹² S vremenom dolazi do toga da i šira masa ljudi ima osnovne pretpostavke za formiranje turističke potražnje. U ovoj fazi turizam se značajno razvija, tako dolazi do prvih pravih turističkih destinacija s prirodnim i antropogenim atrakcijama te zbog raznih turističkih motiva javljaju se razne vrste turizma.

Posljednja faza razvoja turizma je takozvana „Visoka faza“. U toj fazi dolazi do oporavljanja svjetskog gospodarstva nakon Drugog svjetskog rata, liberalizacije kretanja i omasovljenja turističke potražnje. To je vrijeme i masovnog turizma koji je imao pozitivne učinke (socijalno-ekonomske), ali i negativne (zasićenost prirodnih resursa i nekontrolirani razvoj turizma). Uvelike se pridodaje pažnja uređenju, funkcionalnosti i generalnoj privlačnosti turističkih mjesta. Pružaju se kvalitetnije usluge smještaja, usluge prehrane i točenja pića te ostalih usluga koje su vezane uz boravak turista u turističkim destinacijama.

¹¹ ibidem str. 37.

¹² loc. cit.

Razvoj turizma u Hrvatskoj nije puno zaostajao za turizmom u ostalim europskim zemljama. Povijesni razvitak turizma u Hrvatskoj se dijeli na 4 vremenska razdoblja:

- Razdoblje do Prvog svjetskog rata (1850.-1914.)
- Razdoblje između dva svjetska rata (1918.-1939.)
- Razdoblje od Drugog svjetskog rata do 1990. godine
- Razdoblje novije hrvatske povijesti do današnjih dana.

Još prije 1850. godine u Hrvatskoj su se gradili hospiciji za strance koji su sudjelovali u vjerskim putovanjima. Zapravo početak turizma u Hrvatskoj je povezan s osnivanjem društvenih turističkih organizacija na otocima Hvaru i Krku te otvaranje prvog hotela u Opatiji. Turizam u Hrvatskoj se najprije razvija u kontinentalnim područjima i to u mjestima koja su bogata toplim mineralnim izvorima. Ta mjesta prvo postaju lječilišta, a zatim kupališta. Prvi oblik turizma je bio zdravstveni. Dokaz su podaci o „turističkom prometu“ koji se nalaze u statistici zdravstva, ali i članci i brošure koje su pisali austrijski i domaći liječnici. Oni su u brošurama spominjali Opatiju, Lovran, Crikvenicu, Selce, Novi Vinodolski, Kraljevicu, Rab, Lošinj, Krk, Omišalj, Malinsku, ali i druga manja mjesta na našoj obali kao oporavilišta, kupališta i ljetovališta. Zbog povećanja dolaska turista u primorska mjesta, počinje izgradnja smještajnih objekata: 1884. godine se otvara hotel „Kvarner“ u Opatiji, 1894. godine hotel „Therapia“ u Crikvenici, 1896. godine hotel „Imperial“ u Dubrovniku. Vrlo važno je i spomenuti da Hrvatska nije bila samo receptivna turistička zemlja već i emitivna, a dokaz tome je putovanje Zagrepčana u Beč i Graz 1863. godine. Osim obalnih turističkih mjesta, u Hrvatskoj su se tada otvarala i razni turistički objekti u Gorskom Kotaru i Slavoniji s raznim turističkim sadržajima npr. lovni turizam u Spačvi. 1900-ih godina hrvatski turizam je zaostajao za turizmom u Švicarskoj, Švedskoj, Norveškoj, te su razni autori u svojim člancima upozoravali kako je Hrvatska bogata turističkim resursima koje nedovoljno iskorištava. Istih tih godina se je javila i potreba za izobrazbom kadrova u turizmu.

U drugom razdoblju, tj. između dva rata, turistički promet je neprestano rastao i to zahvaljujući izletima Zagrepčana na Medvednicu i Sljeme, Splićana na Marjan i

otoke, Riječana u Delnice i ostala mjesta u Gorskom Kotaru te Osječana na Dravu ili Dunav. Nakon rata trebalo je 5 godina, kako bi se turistička mjesta osposobila za nastavak turizma. Nakon 1923. godine počelo se s organiziranom djelatnošću na području propagande i s akcijama na unapređenju turizma, što pridonosi znatnom povećanju turističkog prometa u primorskim turističkim mjestima.¹³ 1923. godina je vrlo važna i zbog otvaranje prve putničke agencije u Hrvatskoj pod nazivom Putnik. Turistička kretanja postaju sve intenzivnija i izazivaju interese kod domaćih i stranih ulagača te države. Započinje ulaganje u smještajne kapacitete (najviše je bilo privatnih soba) i poboljšavaju se prometne veze. Vrlo važnu ulogu u turizmu je imala i država. 1920. godine je Ministarstvo trgovine i industrije osnovalo Odsjek za promet stranaca, a on kasnije dobiva naziv Odsjek za turizam. Objavljuju se razni zakoni, pravilnici i akti koji reguliraju i rješavaju sva pitanja vezana uz turizam. Razvija se nova vrsta turizma-naturizam posebice na otoku Rabu. Vrhunac turističkih kretanja u tom razdoblju ostvaren je 1938. godine.

Kako su nakon Prvog svjetskog rata bile potrebne godine kako bi se sanirale poslijeratne štete, ista situacija je i nakon Drugog svjetskog rata. Godine 1955. inozemni promet prvi puta premašuje rekordnu 1938. iz predratnog razdoblja, dok se godine 1960. prvi puta u statističkom obuhvatu pojavljuju kampovi, kao novi oblik smještajnih kapaciteta.¹⁴ Nakon zatvaranja Putnika, u Hrvatskoj se otvaraju nove putničke agencije kao npr. Generalturist, Atlas, Dalmacijaturist. U razdoblju od 1961. do 1965. godine postignuta je visoka stopa rasta smještajnih kapaciteta. Nakon prihvaćanje turizma kao gospodarske aktivnosti koja je prioritet naše zemlje, započela je izgradnja velikog broja hotelskih objekata. To je bilo „zlatno doba“ u kojem je bilo sagrađeno nešto manje od 380 000 novih smještajnih kapaciteta. 80-ih godina u Hrvatskoj djeluju prvi turoperator i te se otvaraju marine. Javljaju se novi oblici turizma kao npr. nautički i avanturistički. Hrvatska je 1990. godine turističkom tržištu nudila 69% svih osnovnih i preko 72% svih komplementarnih kapaciteta.

U novijoj hrvatskoj povijesti, već 1990. dolazi do laganog pada turističkog prometa. Zatim je uslijedio rat koji je trajao od 1991. godine do 1995. godine, pad

¹³ B. Pirjevec, op.cit. str. 36.

¹⁴ B. Pirjevec, O. Kesar, op.cit., str. 48.

turističkog prometa postaje neizbježan, a turističke kapacitete zauzimaju izbjeglice. Nakon rata obnovljali su se smještajni kapaciteti i bilježe se prve inozemne investicije u turistički sektor. Razvijaju se novi oblici turizma, jedan od njih je i agroturizam. Također se bilježi i povratak masovnog turizma. U razdoblju od 1991. godine do 1998. godine Hrvatska je ostvarila gubitak od oko 400 milijuna noćenja i 14 milijardi dolara od turističke potrošnje. Hoteli u ukupnim smještajnim kapacitetima sudjeluju još uvijek s nedovoljnim postotkom (oko 17%), gradi se vrlo malo novih objekata, a postojeći iznikli iz „zlatnog doba“ s početka 70-tih godina više ne udovoljavaju ni arhitektonski, ni estetski, ni funkcionalno.¹⁵ U Hrvatskoj je 2000. godine ostvareno 58% noćenja i 68% turističkih dolazaka, a to upućuje da ima sve više posjetitelja koji odsjedaju sve kraće.

2.3. Osnovna obilježja turističkog tržišta

Turističko tržište se može definirati kao skup odnosa ponude i potražnje u području usluga i dobara što služe za podmirenje turističkih potreba na određenom prostoru. Može se reći da turistička potražnja uvijek putuje turističkoj ponudi. Turistička ponuda komunicira s tržištem potražnje, bilo izravno ili neizravno, putem turističkih posrednika.¹⁶ Turistička ponuda i potražnja će detaljnije biti razrađena u sljedećim potpoglavljima.

Kako bi se što bolje razumjelo turističko tržište, potrebno ga je podijeliti na:¹⁷

- tržište roba
- tržište usluga.

Na robnom tržištu roba putuje potrošačima, tj. proizvođač odnosno dobavljač šalje robu distributerima ili maloprodajnoj mreži. Mjesto proizvodnje robe i mjesto prodaje te robe nije identično. Na turističkom tržištu, turistička usluga čeka kupca koji mora doći do nje kako bi ju koristio. Nedostatak turističkog tržišta je da nema mogućnost

¹⁵ ibidem str. 57.

¹⁶ ibidem str. 62.

¹⁷ ibidem str. 64.

izravnog predstavljanja svojim potencijalnim kupcima tako da im pruža usluge u mjestu njihovog boravka. Za povezivanje turističke ponude s turističkom potražnjom koriste se promotivne aktivnosti, odnosno turističke promocije.

Kako bi razjasnili pojam i način djelovanja turističkog tržišta, moramo uzeti u obzir njegove tri bitne karakteristike, a to su:

- mjesto na kojem se susreću turistička potražnja i turistička ponuda
- vrijeme njihovog susreta
- način funkcioniranja turističkog tržišta

Mjesto na kojem se susreću turistička potražnja i turistička ponuda su receptivne turističke zemlje, tj. turističke destinacije. Nekada su to bila lječilišna i kupališna mjesta u kontinentalnim područjima, a danas je to najčešće negdje uz morsku obalu ili znameniti grad. Turist u turističkoj destinaciji koristi razne usluge (smještaj, prehrana, trgovina) te ih plaća novcem kojeg je zaradio u drugom mjestu.

Vrijeme u kojem djeluje turističko tržište je razdoblje 2 sezone, ljetna sezona (6.mj-9.mj) i zimska sezona (1.mj.-3.mj.). U tim razdobljima realizira se najveći dio ukupnog godišnjeg turističkog prometa. Naravno turisti putuju i u ostalim mjesecima godine s raznim turističkim motivima, npr. putovanja „treće dobi“ ili školska putovanja. Kongresne aktivnosti se najčešće održavaju u razdoblju od 9. mjeseca do 5. mjeseca.

Turističko tržište funkcionira zahvaljujući različitim sudionicima, npr. operativni sudionici, državne i znanstvene institucije itd. Svjetska turistička organizacija navodi dvije velike grupe čimbenika koji određuju turističku ponudu i potražnju, tj. vanjske faktore i tržišne snage. Vanjski čimbenici su: gospodarski i financijski razvitak, demografske i socijalne promjene, tehnološke inovacije i poboljšanja, investicije u infrastrukturu, planiranje i utjecaj na okoliš...Tržišne snage su: znanje potrošača o mogućnostima turizma, razvoj proizvoda destinacije, trendovi u strukturi putovanja te ponuda stručnog iskusnog ljudskog potencijala.

Najvažniji posrednici između turističke ponude i turističke potražnje su turistički posrednici, tj. organizatori putovanja i turističke agencije koji potencijalnim klijentima prodaju turistički aranžman sastavljen od više vrsta raznih usluga.

2.3.1. Turistička potražnja

Turistička potražnja predstavlja skupinu potencijalnih turista-potrošača koja svojim stavovima, navikama, željama i mogućnostima određuje količine, kvalitetu i cijene pojedinih roba i usluga na turističkom tržištu.¹⁸ Uvjeti za formiranje turističke potražnje su slobodno vrijeme i slobodna sredstva.

Slobodno vrijeme je ono vrijeme kada čovjek nema radnih obveza i nije vezan za svoje radno mjesto. U to slobodno vrijeme čovjek će se opušitati, zabavljati, odmarati, ali i baviti se športom i ostalim tjelesnim aktivnostima. Čovjek dobiva slobodno vrijeme tek nakon 1936. godine gdje dobiva pravo na jednokratno, duže vremensko razdoblje izbivanja iz posla.

Čovjek prvo mora financijski pokriti svoje primarne potrebe (stanovanje, prehrana, odjeća, obuća). Nakon što podmiri primarne potrebe, može kalkulirati s viškom slobodnih sredstava.

Karakteristike turističke potražnje su: dislociranost potražnje od ponude, heterogenost potražnje, elastičnost potražnje, mobilnost potražnje i sezonski karakter.

Turistička potražnja je prostorno odvojena od turističke ponude. Ta prostorna odvojenost nije točno izražena, jer turist može otići na neko selo udaljeno 10 km od mjesta stalnog boravka ili može otputovati na neki drugi kontinent udaljen miljama kilometara. Čovjek traži mjesta koja se razlikuju od mjesta njegova stalnog boravka. U potrazi je za rekreacijom, mirom, boljom klimom, čistim zrakom, atraktivnim resursima.

Heterogenost potražnje se najbolje može objasniti s onom izrekom „sto ljudi-sto čudi“. Ljudi različito razmišljaju, a u ovom slučaju svatko ima različite ukuse. Različite turističke potrebe se zadovoljavaju na različitim mjestima i u različito vrijeme. Postoje

¹⁸ ibidem str. 79.

različiti čimbenici koji utječu na heterogenost potražnje, npr. starosna struktura potražnje (mladi, „treća dob“), nacionalna pripadnost (Britanci, Francuzi), način organiziranja turističke aktivnosti (individualno, organizirano, mješovito), platežna sposobnost potražnje.

Svaka čovjekova potreba koja nema primarni karakter, ima veći ili manji stupanj elastičnosti potrebe zadovoljavanja. Utjecaj visine cijena ponude obrnuto je proporcionalan veličini osobnih primanja, dakle elastičnost potražnje opada s rastom standarda.¹⁹ Elastičnost potražnje ovisi i o drugim utjecajima na potražnju, npr. otvaranje novog cestovnog pravca, novi turistički kapaciteti i slično.

Mobilnost turističke potražnje zapravo se očituje u činjenici da je turistička potražnja izuzetno pokretljiva u prostoru, posebno u suvremenom dobu kada su prometne povezanosti regija, zemalja i kontinenta iz dana u dan sve jače i intenzivnije.²⁰ Mobilnost turističke potražnje su zapravo sredstva s kojima turisti putuju u turistička odredišta, npr. automobil, avion, brod.

Sezonalnost turističke potražnje determinirana je s dva vrlo jaka čimbenika: klimatskim uvjetima i trendovima u kretanju turističke potražnje (korištenje godišnjih odmora).²¹ Masovni dolazak na more je u ljetnim mjesecima kada su temperature mora i zraka pogodna za dulji boravak uz vodu. Znači prva turistička sezona je ljetna, a druga je zimska kada se turisti odlučuju na boravak u onim područjima koja su opremljena za skijanje i ostale zimske rekreacije. Navika Europljana je da svoj godišnji odmor upravo koriste u ljetnim mjesecima, a početkom rujna se vraćaju u mjesta stalnog boravka.

2.3.2. Turistička ponuda

Turistička ponuda je količina roba i usluga koja se nudi turistima na određenom turističkom tržištu, u određeno vrijeme i po određenoj cijeni.²² Turist u

¹⁹ B. Pirjevec, op.cit. str. 73.

²⁰ B. Pirjevec, O. Kesar, op.cit., str. 103.

²¹ ibidem str. 105.

²² ibidem str. 107.

turističkoj destinaciji kupuje ono što mu je privlačno ili korisno, a uz to će imati i uspomenu na boravak u destinaciji.

Čimbenici koji utječu na turističku ponudu su sljedeći: poduzeće-poduzetnik (stupanj tehnike, ponuda radne snage), država (zakonodavstvo, međunarodni politički i gospodarski odnosi), potražnja (motivi, ukus, moda), gospodarstvo (devizne potrebe, cijene i devizni tečaj, troškovi prometa, infrastruktura), okolina (klima, pejzaž, flora i fauna), društvo (vrijednost i norme, socijalna struktura, slobodno vrijeme).

Kako bi turistička ponuda mogla funkcionirati, ona se temelji na 4 pretpostavke: atraktivnost prostora, prometna dostupnost, izgrađeni prijemni kapaciteti i promocija.

Da bi turist pokazao zainteresiranost za nekim prostorom, potrebno je da je taj prostor atraktivan. Postoje 2 vrste atraktivnosti: atraktivnost prirodnih resursa (klima, oborine, temperatura, more, rijeke, flora i fauna) i atraktivnost društvenih resursa (amfiteatri, spomenici, zabavni parkovi, koncerti, karnevali). Čimbenici koji utječu na stupanj atraktivnosti nekog prostora su: udaljenost resursa od emitivnih tržišta, udaljenost resursa od turističkih tokova, klima, kultura, koncentracija turističke ponude u tom prostoru itd. Snaga privlačnosti atraktivnog resursa mjeri se brojem posjetitelja, pa se tako atraktivnosti dijele na: primarne ili stacionarne (turist se zbog tih atrakcija zadržava nekoliko dana i one predstavljaju osnovu zadovoljavanja turističke potrebe) i na sekundarne ili izletničke (njihova je privlačna snaga slabijeg intenziteta i turisti se zadržavaju manje od 24 sata).

Nakon atraktivnosti turističke destinacije slijedi analiza prijevoznih sredstava i prometnih putova. Filozofija svakog putovanja, a naročito turističkog glasi: što brže, što sigurnije, što udobnije i u pravilu što jeftinije.²³ Vrlo važni elementi su infra i supra struktura kako bi se turističke destinacije bile što razvijenije. Da bi turizam bio kvalitetan, mora imati i kvalitetnu prometnu povezanost turističkih destinacija.

Za formiranje turističke ponude potrebni su i prijamni kapaciteti koji se nalaze u turističkom odredištu. Turist se neće odlučiti za određenu lokaciju ako mu ona ne pruža potrebni receptivni kapacitet. Receptivni kapaciteti se dijele na: direktne

²³ ibidem str. 111.

receptivne kapacitete (objekti smještaja, objekti prehrane i točenja pića, objekti točenja pića, objekti za zabavu i rekreaciju) i na indirektne receptivne kapacitete (dvorci, muzeji, galerije, ruševine drevnih gradova, crkve, pošte, banke, parkovi, botanički vrtovi itd.).

Posljednja pretpostavka za formiranje turističke ponude je turistička promocija. Promocija je jedini mogući komunikacijski proces kojim se ponuda povezuje s tržištem potražnje.²⁴ Turistička ponuda ne može djelovati bez promotivnih aktivnosti.

Karakteristike turističke ponude su: dislociranost ponude od potražnje, heterogenost ponude, neelastičnost ponude, statičnost ponude i sezonski karakter ponude.

Prostor na kojem se formira turistička potražnja nije isti kao i prostor u kojem se nalazi izvor potražnje. Svaka turistička ponuda odvojena je od emitivnih tržišta, turist mora prijeći određenu udaljenost od svog mjesta stalnog boravka do izabrane turističke destinacije.²⁵

Kako bi se ispunili različiti zahtjevi, interesi ili želje turističke potražnje, turistička mora biti isto tako heterogena. Da bi se govorilo o heterogenosti turističke ponude, najprije je potrebno odrediti turističku destinaciju koja se promatra te se ocjenjuju stupanj razvijenosti prometne infrastrukture, mogućnosti za smještaj, prehranu, zabavu, sport, trgovinu itd.

Za razliku od turističke potražnje, turistička ponuda je neelastična, što znači da svoj kapacitet ne može mijenjati i/ili prilagođavati trenutnoj potražnji.²⁶ U slučaju da se ustanove potrebe za nekim promjenama, one se mogu izvršiti tek kada sezona završi tako da turistički objekt bude spreman za sljedeću sezonu.

Pojam statičnosti turističke ponude povezuje se s činjenicom da je turističku ponudu moguće koristiti samo na licu mjesta tj. tamo gdje se ona nalazi i nudi. Turistička

²⁴ B. Pirjevec, op. cit. str. 80.

²⁵ ibidem str. 81.

²⁶ B. Pirjevec, O. Kesar, op.cit., str. 119.

ponuda je statična, što znači da turisti putuju u turističke destinacije gdje se nalazi ta turistička ponuda za koju su oni zainteresirani uz veliku pomoć turističke promocije.

Turistička ponuda ima u pravilu sezonski karakter, što znači da se u svim razdobljima godine ne koristi jednakim intenzitetom.²⁷ Postoje 2 sezone, ljetna sa žarkim suncem, prikladnom temperaturom mora te zimska sezona s kvalitetnom debljinom snježnog pokrivača. Što su klime pogodnije sezona može biti dulja, kako toplo vrijeme za ljetnu sezonu, tako i hladno vrijeme za zimsku sezonu.

²⁷ B. Pirjevec, op. cit. str. 87.

3. POSEBNI OBLICI TURIZMA I ODRŽIVI RAZVOJ TURIZMA

Masovni turizam tj. globalna i lokalna svijest o masovnom turizmu je uvelike utjecalo na razvoj posebnih oblika turizma. Selektivni turizam se je počeo razvijati postupno sedamdesetih godina 20. stoljeća i selektivno te sve važnija postaje kvaliteta, a ne kvantiteta. U selektivnom turizmu turisti putuju više individualno, vrlo važne su im aktivnosti u destinacijama, iskusniji su i obrazovaniji. Vrlo važnu ulogu dobiva i održivi razvoj turizma koji će biti objašnjen u sljedećem potpoglavlju.

Selektivne vrste turizma, kako im i ime kaže, su one koje svojim sadržajem i s obzirom na mjesto gdje su i vrijeme kad se odvijaju mogu najbolje zadovoljiti dominantne motive u sferi turističke potražnje: želju za ponovnim povratkom u izvornu prirodu, urođenu potrebu svih ljudi za igrom i igranjem i potrebu za komuniciranjem s drugim ljudima, kao i sve ostale vitalne, bioantropološke i psihosociološke potrebe što ih sve veći broj ljudi, živeći u ekološki degradiranoj i totalnoj alijeniranoj urbanoj sredini, ne može zadovoljiti u svakodnevnom životu.²⁸

Neke od karakteristika selektivnog turizma su: heterogenost, samoodrživost, odgovornost prema stanovništvu, ekološka i infrastrukturna održivost, elastičnost za promjene, mobilnost itd.

Pojam održivog razvoja se prvo povezivao s održavanjem šuma još 1713. godine tj. s posječenom i ponovno zasađenom količinom drveća. Jedna od korištenih definicija je da je održivi razvoj onaj koji zadovoljava sadašnje potrebe bez ugrožavanja potreba budućih naraštaja. Postoje razne definicije održivog razvoja, ali sve one uključuju rješavanje zahtjeva okoliša i ostvarivanje zadovoljavajućeg gospodarskog razvitka.

Upravljanje održivim razvojem postaje sve važnijim u turističkim destinacijama te je sastavni dio strategije razvoja turizma. Održivi razvoj turizma podrazumijeva

²⁸ V. Jadrešić, *Janusovo lice turizma, Od masovnog do selektivno-održivog turizma*, Zagreb, Plejada, 2010., str. 175.

ravnotežu između potrošnje resursa i sposobnosti prirodnih sustava da zadovolje potrebe budućih naraštaja.²⁹

Indikatori održivog razvoja su podijeljeni u 4 skupine: socijalna dimenzija (stopa nezaposlenosti, stopa nezaposlenosti mladih, prehrambeni status stanovništva, razina postignutog obrazovanja, sastav kućanstva itd.), dimenzija okoliša (emisije stakleničkih plinova per capita, potrošnja tvari koje oštećuju ozonski omotač, poljoprivredna površina i ekološka poljoprivreda, ukupna površina šume, intenzitet korištenja vode, kvaliteta vode za kupanje itd.), ekonomska dimenzija (bruto domaći proizvod per capita, udio investicija u BDP-u, stopa inflacije, nastajanje i odlaganje komunalnog otpada, prijevoz putnika prema načinu, izdaci za okoliš itd.) i institucionalna dimenzija (pristup internetu, komunikacijska infrastruktura, izdaci za istraživanje i razvoj, rizik za ljude i prirodni kapital).

Održivi razvoj je zasnovan na 4 glavna načela: ekološkoj održivosti, sociokulturnoj održivosti, ekonomskoj održivosti i tehnološkoj održivosti. Iz ova 4 načela izvode se specifična načela održivog razvoja turizma. Kako bi se ostvario održivi razvoj moraju se poštovati ova načela.

- Ekološka održivost - se najčešće povezuje sa zaštitom okoliša, ali to nije dovoljno da se ograničuje samo na njezinu ekološku dimenziju. Potrebno je poštovati i ostala načela održivosti. Čovjek je zbog unapređenja kvalitete svog života zanemario očuvanje prirode. Ubrzo nakon što su ljudi počeli biti svjesni velikog onečišćenja, počela su se javno iznositi mišljenja o zaštiti prirode. Mnoge zemlje koje su slabo ili nikako razvijene, prihvaćaju razne investitore bez obzira na ekološku održivost.
- Sociokulturna održivost – podrazumijeva razvoj i to s očuvanjem kulture i sustava vrijednosti ljudi. Ovdje je vrlo važno za spomenuti veliki broj turista koji dolaze u lokalne sredine gdje nameću svoje kulturne običaje, načine provođenja slobodnog vremena i slično te je zbog tog potrebno provesti kontrolu utjecaja turista na lokalno stanovništvo.

²⁹ Grupa autora, *Održivi razvoj turizma*, Rijeka, Sveučilište u Rijeci, Fakultet za turistički i hotelski menadžment Opatija, 2005., str. 50.

- Ekonomska održivost – se odnosi na održavanje zalihe kapitala, tako da se njima mogu koristiti i budući naraštaji. Ovdje su vrlo važna 3 makroekonomska cilja: puna zaposlenost, stabilnost cijena i ekonomski rast.
- Tehnološka održivost – podrazumijeva razvoj i primjenu tehnologije, ali uz ekonomsku korist i zaštitu okoliša. Zadaci novih tehnologija su: pronalazak rješenja za korištenja prirodnih resursa; primjenjivanje u pročišćavanju otpadnih voda i uklanjanja otpada te boljitak čovječanstva.

Osim ova 4 vrlo bitna načela održivosti, ne smije se izostaviti načela održivog razvoja prema „Agendi 21“. Na Konferenciji Ujedinjenih naroda o okolišu i razvoju, održanoj 1992. godine u Rio de Janeiru, okupili su se visoki dužnosnici 179 zemalja, a među njima je bila i Hrvatska. Na tom sastanku je usvojen plan djelovanja na rješavanju problema razvoja i okoliša pod nazivom Agenda 21. Načela održivog razvoja prema „Agendi 21“ su:

- okoliš – mora se smanjiti potrošnja prirodnih bogatstava kako bi se našim potomcima ostavila planeta u stanju da zdravi ljudski život.
- budućnost – ne smije se ugroziti budućim generacijama mogućnost da namiruju svoje potrebe.
- kvaliteta života – ljudska dobrobit, uz materijalne, ima i društvene, kulturne, moralne te duhovne dimenzije.
- pravičnost – bogatstvo, povoljne prilike i odgovornosti se trebaju pravično raspodijeliti između zemalja i između društvenim skupinama.
- načelo predostrožnosti – ako nismo sigurni kakav će utjecaj imati neki postupak ili događaj, potrebno je držati se ovog načela.
- holističko (sveobuhvatno) razmišljanje – rješavanje složenog problema održivosti zahtijeva da u proces rješavanja budu uključeni svi čimbenici koji utječu na problem.

Ovaj plan sadrži oko 2500 smjernica, načela i zahtjeva koja bi trebalo provoditi kako bi se postigla održivost na globalnoj razini. Veći dio svih smjernica se odnosi na Lokalnu Agendu, tj. traži se provođenje dugoročnog plana održivosti unutar lokalne zajednice. Kako bi se provodila globalna održivost potrebno je krenuti od lokalne zajednice, a zatim se to proširuje na državnu i međunarodnu razinu.

3. 1. Vrste selektivnog turizma

Zbog različitih načina na koje pojedinac provodi svoje slobodno vrijeme u turističkim kretanjima, razvili su se različiti oblici turizma. Svaka zemlja ima svoje resurse za privlačenje turista. Spajanjem resursa u jednu cjelinu tvore se posebni oblici turizma. U Hrvatskoj je takva situacija da je primorski dio zasićen, dok je ostatak Hrvatske zanemaren. Neke zemlje kao npr. Austrija ili Češka nemaju more, ali turistički sjajno posluju. Hrvatska se najčešće predstavlja kao kupališna destinacija. Zanimaju se prirodna bogatstva Hrvatske - Plitvička jezera, Kopački rit, Medvednica, Velebit, Slapovi Krke kao i kulturna bogatstva – dvorci Hrvatskog zagorja, Dioklecijanova palača u Splitu, Dubrovačke zidine, stare gradske tvrđave u mnogim gradovima Hrvatske. Hrvatska je toliko bogata prirodnom i kulturnom baštinom da uistinu je moguće razviti mnoge posebne oblike turizma.

Neki od posebnih oblika turizma su:

- zdravstveni – u ovakvim putovanjima glavni motiv je isticanje zdravlja. Mjesto putovanja nije bitno, što znači da se može odvijati u priobalnim mjestima, planinama ili termalnim izvorima. Vrlo je bitno da se takva vrsta turizma odvija u mjestima s posebnim klimatskim prilikama.
- kulturni – podrazumijeva upoznavanje povijesnih bogatstva, ali i bogatstva suvremenog načina života u nekom velikom gradu. Motivi su posjeti nekoj kulturnoj priredbi ili umjetničkoj priredbi.
- lovni i ribolovni turizam – ova vrsta turizma podrazumijeva putovanja turista kojima je glavni motiv provođenje slobodnog vremena u organiziranom lovu i ribolovu.

- naturizam – vrsta turizma u kojem čovjek teži sve prisnijem odnosu s prirodom i to na način da nisu odjeveni. Izgrađuju se posebni smještaji, objekti i prostori gdje se turisti ove vrste mogu kretati slobodno neodjeveni.
- ekoturizam – se odvija u strogo kontroliranim područjima, npr. nacionalni parkovi, parkovi prirode uz očuvanje prirode i okoliša.
- kongresni turizam – vrsta turizma koja obuhvaća putovanje najčešće u gradove u kojima se održava skupovi znanstvenog i stručnog karaktera.
- nautički turizam – podrazumijeva boravak turista na plovilima uz prirodne pogodnosti (mirno more, povoljne morske struje) te dobru cestovnu i priobalnu infrastrukturu.
- vjerski turizam – turisti u ovoj vrsti turizma teže zadovoljavanju potreba religijskog i duhovnog karaktera. Drugi naziv ove vrste turizma je hodočasnički turizam.
- manifestacijski turizam – vrsta turizma u kojoj je glavni motiv posjet manifestacija sportskog, kulturnog ili zabavnog karaktera, npr. Olimpijske igre.
- „robinzonski turizam“ – novija vrsta turizma koja podrazumijeva boravak u priobalju ili na otocima gdje su životni uvjeti i infrastruktura vrlo oskudni.

Razvoj selektivnih oblika turizma nikada nije prestao, a broj selektivnih oblika se povećava. S vremenom mijenjaju se motivi turističkih posjeta, a isto tako se mijenjaju i prilagođavaju pojedini oblici turizma. Selektivni oblici turizma potiču zaštitu prirodnih resursa i sigurnost turista u destinaciji. Održivi razvoj postaje ključni činitelj razvoja selektivnih oblika turizma.

3. 2. Održivi razvoj turizma i indikatori održivog turizma

Današnji turizam je i dalje u velikom slučaju masovan, potrošački i neodrživ. No postoje turisti koji su sve obrazovaniji te shvaćaju da upravo taj turizam uništava ekosustav. Neodrživost uzrokuje stagnaciju razvoja turizma i smanjenje kvalitete života lokalnog stanovništva. Na održivi razvoj turizma utječu ljudi koji se nalaze u

različitim ulogama i aktivnostima, od turista sa svojim ponašanjem, preko zaposlenika i sve do javnih služba. Svi oni mogu na neki način doprinijeti održivom razvoju turizma, npr. gašenje svjetla u sobi kada turist ne boravi u njoj ili korištenje malih količina potrošnog materijala u poslovanju.

Održivi turizam je sposobnost turističke destinacije da ostane u ravnoteži s okruženjem, odnosno sposobnost da ostane konkurentna na tržištu usprkos pojavi novih i manje posjećenih destinacija, te da privuče podjednako posjetitelje koji se vraćaju i one koji prvi puta dolaze.³⁰

Na konferenciji „Globe '90“ održanoj u Kanadi skupina stručnjaka je izradila dokument „Strategija djelovanja za postizanje održivog razvoja turizma“ u kojem se navodi 7 osnovnih načela održivog razvoja turizma:

- ograničiti ljudski utjecaj na Zemlji (globalno) i u regiji (lokalno) na razinu koja je u okvirima nosivih kapaciteta, u slučaju turizma to znači da broj posjetitelja kao i njihova potrošnja ne smiju prelaziti granice podnošljivosti lokalnih ekosustava.
- zadržati biološko bogatstvo u regiji.
- minimizirati iskorištavanje nerazgradljivih materijala, kao npr. plastika, kemikalije i slično.
- promovirati dugoročni ekonomski razvoj koji povećava koristi iz dane količine resursa i zadržava prirodno bogatstvo.
- osiguranjem pravedne raspodjele troškova i dobiti od upotrebe resursa i uvođenje menadžmenta okoliša, tj. upravljanja prirodnim okolišem.
- osiguranje efikasne participacije društva i interesnih skupina u odlukama koje se odnose na njih.
- promoviranje vrijednosti koje potiču ostale da prihvate načela održivosti.

³⁰ V. Jadrešić, op. cit. str. 185.

Svjetska turistička organizacija (UNWTO) je izdvojila 13 indikatora održivog turizma, koje je moguće svrstati u 3 skupine indikatora održivog turizma.

Prva skupinu indikatora čine oni koji ispituju kako turizam utječe na okoliš, odnosno ekološku održivost turizma. U tu skupni po UNWTO-u ulaze: upravljanje oskudnim prirodnim resursima (upravljanje energijom, klimatske promjene, dostupnost vode i kvaliteta pitke vode), zaštita prirodnih vrijednosti (zaštita kritičnog ekosustava, kvaliteta mora), ograničavajući učinci turističke aktivnosti (tretman otpadnih voda, upravljanje krutim otpadom, zagađenje zrakom, kontrola razine buke, upravljanje vizualnog utjecaja turističkih objekata i infrastrukture), održivost turističkog poslovanja i usluga (održivost i upravljanje okolišem politike i prakse u turizmu poduzeća).

Drugu skupinu čine indikatori koji služe za mjerenje i procjene značaja koje turizam ima za lokalno gospodarstvo i to kroz utjecaje na dohodak, zapošljavanje, investicije i slično, a ova skupina se naziva ekonomska ili socioekonomska. Indikatori koji ulaze u ovu skupinu su sljedeći: ekonomska korist od turizma (turistička sezonalnost, zaposlenost, zajednica i ekonomske koristi, konkurentnost turizma), planiranje i kontrola destinacije (integriranje turizma u lokalno, kontrola razvoja, prijevoz, zračni prijevoz).

Posljednja skupina se naziva sociokulturna te se u njoj nalaze indikatori koji mjere utjecaj na lokalnu zajednicu, tj. utjecaj turizma na materijalnu i nematerijalnu kulturnu baštinu. Ova skupina uključuje: dobrobit domaćina (lokalno zadovoljstvo turizmom, utjecaj turizma na zajednicu, pristup lokalnih stanovnika na ključnu imovinu), održavanje kulturnih dobara (održavanje izgrađene baštine), sudjelovanje zajednice u turizmu, zdravlje i sigurnost (zdravlje, suočavanje s epidemijama i prijenosnim bolestima, sigurnost turista, javna lokalna sigurnost), kontroliranje turističke djelatnosti (kontrola intenziteta korištenja, upravljanje događajima), dizajniranje proizvoda i usluga (kreiranje putovanja, raznolikost iskustva, marketing održivog turizma, zaštita imidža destinacije).

Institut za turizam u Zagrebu je objavio deset koraka za planiranje održivog turizma zasnovanog na baštini i prirodnom naslijeđu:³¹

³¹ Institut za turizam, *Održivi turizam u deset koraka*, Zagreb, 2006., str. 7.

- Što želimo postići?
- Tko je, tko bi mogao ili trebao biti uključen?
- Što nam je poznato?
- Što čini vašu regiju, destinaciju ili proizvod posebnim?
- Koja su glavna problemska pitanja?
- Analiza
- Načela i ciljevi aktivnosti
- Koje su vaše ideje i opcije?
- Provedba
- Smjernice

Prvi korak pomaže pri definiranju smjera, odnosno ono što se želi postići. Primjeri smjerova razvoja su: regionalni, popis zaštićene nacionalne baštine i ekosmještaj. Drugi korak pomaže pri identificiranju sudionika (posjetitelji, turoperator i poduzetnici, turističke organizacije, autohtono stanovništvo, lokalne zajednice...). U ovom drugom koraku su vrlo važne i konzultacije, a neke od tehnika su: javni sastanci, intervjui, javne prezentacije, medijska istraživanja, fokus grupe, tematski dani i slično.

Treći korak je važan zbog identifikacije postojećih izvora informacija i dokumenata. Informacije se mogu pronaći u knjigama, novinskim člancima, tonskim zapisima, u lokalnim i nacionalnim knjižnicama, na internetskim stranicama, na sveučilištu i slično. Ovaj korak također pomaže u lociranju i obradi postojećih informacija i pri određivanju kapitala baštine, njezine vrijednosti i tematike. Četvrti korak služi za identificiranje posebnosti u regiji ili destinaciji, a to uključuje identificiranje prirodne i kulturne baštine te se identificiraju i ostale vrijednosti.

Zahvaljujući petom koraku identificiraju se glavna područja koja utječu na regiju ili destinaciju. Potrebno je razmotriti sljedeće: doživljaje posjetitelja, stavove lokalne zajednice, načine upravljanja i utjecaje na prirodu i baštinu, pitanja tržišta i marketinga, dostupnost turističkog proizvoda, treninge i izgradnju ljudskih potencijala,

strateški i resursni kontekst, zakonodavstvo i dozvole. Šesti korak se odnosi na analiziranje i definiranje prioriteta. Ključne analitičke metode uključuju: Analizu tržišta, analizu zaštite baštine, SWOT analizu, analizu situacije, analizu troškova i dobiti te analizu prioriteta.

Sedmi korak služi za sastavljanje jasno pisane izjave o načelima ili ciljevima prema kojima će se usmjeravati buduće aktivnosti. Osmi korak pomaže pri detaljnoj razradi ideja i opcija. Ideje i opcije bi trebale obuhvatiti: doživljaje posjetitelja, uključivanje posjetitelja, uključivanje lokalne zajednice, brigu o vrijednostima baštine, infrastrukturu, marketing, razvoj proizvoda, komunikaciju sa sudionicima, trening i podizanje kapaciteta i nužne resurse i potporu.

Deveti korak razvija aktivnosti za primjenu ideja, prijedloga ili opcija koje se predstavljaju na jasan i logičan način. U ovom koraku se razvijaju metode praćenja i ocjenjivanja. Posljednji korak, deseti, predstavlja kratku izjavu u obliku smjernica u kojoj se prikazuju ključne vrijednosti naslijeđa, ključne teme i područja razvoja te rezultati dogovora i sporazuma.

4. EKOLOŠKI TURIZAM

Veliki broj stručnjaka na raznim turističkim skupovima je pokušao točno definirati pojam ekoturizma. Pojam ekoturizma se i dan danas se razlikuje u različitim dijelovima svijeta i kulturama. Raznolikost pojmova upravo ovisi o razlikama u vrstama turističkih proizvoda, kulturno-civilizacijskim razlikama u svijetu te o značajkama krajolika u kojima se odvija ekoturizam.

Ekološki turizam je u današnje vrijeme sve poznatiji i medijski zastupljeniji te mu se pridodaje sve veća pažnja. Dokaz toga je Ekoturistički sastanak u Quebecu 2001. i 2002. godine od strane UNWTO (Svjetska turistička organizacija). Na tim skupovima pojam ekoturizma se počinje sve više razvijati. Tijekom 2002. godine održavali su se razni znanstveni i stručni skupovi u Berlinu, Hannoveru, Chicagu i Madridu. Kako je već prije spomenuto, ekoturizam se razlikuje u različitim dijelovima svijeta. U Sjevernoj Americi i Skandinaviji, ekoturizam se odvija u prirodno očuvanim prostorima uz korištenje jednostavnih vrsta smještaja te uz strogo pridržavanje mjera zaštite okoliša. U Europi, tj. u naseljenijim područjima, ekoturizam se povezuje s drugim vrstama turizma kao npr. ruralnim, kulturnim, odmorišnim. Ekoturizam je u Europi prisutan u nacionalnim parkovima dok se na Sredozemlju razvija uz obalu. U zemljama u razvoju, ekoturizam se razvija kao ekskluzivan uz poštivanje visokih ekoloških standarda. Ekskluzivnost je posebno vidljiva u tropskim područjima i visokom gorju. Ipak takva vrsta ekoturizma ima loše karakteristike kao npr. prekomjerno korištenje terenskih vozila, a to dovodi do nekontroliranog zagađivanja okoliša.

Promatrajući ekoturizam kao tržišnu nišu, on se povezuje s avanturističkim turizmom, tj. planinarsko-alpinističkim, kajakaštvo, rafting, ali i s turizmom u prirodi kao npr. posjećivanje nacionalnih parkova ili promatranje ptica.

TIES (Međunarodno društvo za ekoturizam) je još prije UNWTO-a definirao pojam ekoturizma i njegova načela:³²

³² Z. Klarić, P. Gatti, *Hrvatski turizam: plavo, bijelo, zeleno*, Zagreb, Institut za turizam, 2006., str. 152.

- minimiziranje negativnih utjecaja na prirodu i kulturu koji mogu nanijeti štetu destinaciji.
- obrazovanje turista o važnosti zaštite okoliša
- naglašavanje važnosti odgovornog poslovanja
- težnja za maksimiziranjem ekonomske koristi
- težnja da razvoj turizma ne prelazi društvene i prirodne granice
- oslanjanje na infrastrukturu koja je razvijena u skladu sa životnom sredinom

UNWTO je objavio osnovna obilježja ekoturizma:³³

- sadrži edukacijske i interpretacijske komponente
- organizira se za male skupine, a organizaciju provode specijalizirana mala poduzeća u lokalnom vlasništvu
- svodi na minimum negativne učinke na prirodni i socio-kulturni okoliš
- podržava zaštitu prirodnih područja ostvarivanjem ekonomske koristi
- podržava zaštitu prirodnih područja stvaranjem radnih mjesta
- podržava zaštitu prirodnih područja podizanjem svijesti lokalnog stanovništva

Na temelju ovih načela i obilježja može se zaključiti da je cilj ekološkog turizma zapravo smanjenje negativnih utjecaja na mjesto koje turisti posjećuju uz podizanje svijest o očuvanju okoliša kako među lokalnim stanovništvom tako i među turistima.

4.1. Povijesni razvoj ekološkog turizma

Ekoturizam se počeo razvijati u vrijeme osnivanja prvih nacionalnih parkova, a to znači još prije 140 godina kada je osnovan Yellowstone u SAD-u (1872. godina). Nakon njega se osnivaju ostali nacionalni parkovi u SAD-u, Kanadi, Australiji, ali i u Europi uz kašnjenje 30-tak godina. Prvi nacionalni parkovi koji su se osnivali

³³ loc.cit

početkom 20. stoljeća nalazili su se na prostoru Skandinavije i Velike Britanije. Većina nacionalnih parkova u Europi su se osnivala nakon Drugog svjetskog rata.

Značenje nacionalnih parkova bilo je različito u pojedinim zemljama. Nacionalni parkovi u SAD-u i na skandinavskom prostoru su zapravo bila nenaseljena područja u kojima se provode stroge mjere zaštite prirode, dok su u Velikoj Britaniji nacionalni parkovi naseljeni te se obrađuje zemlja. Razlog ovakvoj razlici u značenju nacionalnih parkova je upravo u zakonodavstvu o zaštiti prirode koje se razlikuje u pojedinim zemljama. Uskoro se osniva Svjetska udruga za zaštitu prirode, a UNESCO potiče razvoj ekoturizma na prirodnim područjima koji su pod njegovom zaštitom.

Ekoturizam se doživljava različito u pojedinim zemljama zbog stanja prirodne osnove, naseljenosti, razvijenosti, ali i zbog razlikama u kulturi. Zbog toga postoji i razlika između trendova razvoja ekoturizma. U Americi se zalažu da se mjere održavanja ekoturističkih destinacija još više zaoštire, a dok u Europi se zalažu za povezivanje ekoturizma s ostalim vrstama turizma, npr, s ruralnim ili kupališnim turizmom.

Prvo uključivanje u zaštitu okoliša u Hrvatskoj je bilo početkom 19. stoljeća kada su počeli izlaziti stručni časopisi „Priroda“ i „Hrvatski planinar“ te drugi. Prvi zakoni za zaštitu se donose krajem 19. stoljeća, a to su bili Zakon o zaštiti ptica i Zakon o zaštiti špilja. Uskoro se osnivaju i prvi nacionalni parkovi: Plitvička jezera, Bijeće stijene, Štirovača i Paklenica, ali zbog financijskih problema nisu dugo postojali, već samo godinu dana. Ubrzo se donošenjem Zakona o zaštiti spomenika kulture i prirodnih rijetkosti ponovno osnivaju nacionalni parkovi Plitvička jezera i Paklenica (1949. godine). Zatim slijedi osnivanje ostalih nacionalnih parkova, parkova prirode i drugih zaštićenih područja.

4. 2. Ekoturisti i njihovo ponašanje u turizmu

Za razumijevanje ponašanja ekoturista, kao i njihova motivacija te potrebe, prije svega je potrebno objasniti tijek istraživanja turizma te temeljne discipline (sociologija, antropologija i psihologija). Prva istraživanja u društvenim znanostima započinju u 20. stoljeću. Za razvijanje turizma je potrebno slobodno vrijeme, a

znanost koja proučava slobodne vremenske aktivnosti je sociologija slobodnog vremena. 70-ih godina 20. stoljeća u raznim znanstvenim radovima pisalo se o već spomenutim disciplinama, ali naravno povezanim s turizmom. Tako se u radovima mogli pronaći tekstovi vezani uz hodočašća, rituale i životne cikluse. Razlog istraživanja društvenih problema je bila pojava masovnog turizma. Sociološkom analizom turizam se je promatrao kao područje specifičnog ponašanja i odnosa, odnosno promatrao se kao model ponašanja stranaca. E. Cohen je raščlanio turizam kao fenomen u 5 oblika turističkog ponašanja:³⁴

- rekreacijsko, tj. rekreacija kao zabava
- razonodno, tj. bijeg od otuđenja, od ustaljenog ritma života
- doživljajno, tj. traganje za smislom putem turizma
- eksperimentalno, tj. privremeno prepuštanje drukčijem stilu života
- egzistencijalno, tj. nalaženje duhovnog uporišta i ponovno vezivanje za nj

Razni sociolozi smatraju da su turisti koliko slični toliko i različiti u odnosu na domaće stanovništvo. Turist se osjeća kao dio zajednice, ali isto tako je i isključen jer je drugačiji od zajednice. Današnji turisti u svojem slobodno vremenu, odnosno razdoblju za odmor žele doživjeti ono što ne mogu u svakodnevnom životu, a kako bi to doživjeli uvelike im pomaže velika profesionalnost zaposlenika. Suvremeni turisti sve manje planiraju i kupuju fiksne pakete te se više odlučuju za neke nove mogućnosti.

Današnja sociološka istraživanja turizma se sve više bave novim aktivnostima i resursima koji čine dobar godišnji odmor. Analizira se odabir destinacije i aktivnosti u njima, zatim osobni uvjeti i društveni odnosi turista kao npr. godište, spol, osobni i obiteljski odnosi, razvoj uporabe godišnjih odmora i slično. Na kraju se analiziraju tehničke i organizacijske promjene koje se javljaju u strukturi društva.

Ekoturisti su osobe koje sudjeluju u ekološkom turizmu. Ekoturist su zapravo odgovorni turisti kojima je u cilju da dožive nova iskustva aktivnim sudjelovanjem u

³⁴ B. Horvat, *Turizam u sociokulturološkoj perspektivi*, Zagreb, mikrorad d.o.o., 1999., str. 36.

načinu života mjesta koje posjećuju. Postoje „tvrđi“ (hard) i „meki“ (soft) ekoturisti. Tako zvani „tvrđi“ ekoturisti su visoko motivirani, a sudjeluju u dugim i specijaliziranim putovanjima. Oni su fizički aktivni i nije im bitna kvaliteta smještaja niti pružanje usluga. „Tvrđim“ ekoturistima je cilj dodir s prirodom, točnije oni žele pomoć u očuvanju prirode i to kroz čišćenje od otpada ili brigom za ugrožene životinje. „Meki“ turisti, za razliku od „tvrđih“ sudjeluju u kratkim putovanjima u kojima kombiniraju i ostale oblike turizma, kao na primjer avanturistički ili masovni turizam. Još jedna od razlika između ove dvije vrste ekoturista je i u načinu sudjelovanja. „Meki“ ekoturisti pasivno sudjeluju u turističkim aktivnostima tj. promatranjem, a od smještaja i ostalih pruženih usluga očekuju visoku kvalitetu.

Provodila su se razna istraživanja u pojedinim europskim zemljama kako bi se što bolje raspoznala sociodemografska obilježja ekoturista. Istraživala se je dob, spol ekoturista, način planiranja putovanja, aktivnosti u ekoturističkoj destinaciji i same ekoturističke destinacije te visina turističke potrošnje.

Istraživanjem je utvrđeno da ekoturisti iz Italije u prosjeku imaju 25-34 godine, visoko su obrazovani, a po zanimanju su službenici. Ipak ekoturista ženskog spola ima više nego muškog. Većina ekoturista samostalno organiziraju putovanja i to u talijanske regije Kampanija i Toskana. Za organizirana putovanja se ipak odlučuju stariji turisti i žene (55%). Turizam u Italiji često se kombinira s edukacijom, sportom i avanturom, a ekoturizam je povezan s ruralnim turizmom. Talijanski ekoturisti su spremni platiti između 500 i 1 500 eura za turističko putovanje

Dob prosječnih francuskih ekoturista je između 35 i 50 godina. Prevladavaju žene, a putuju s partnerima ili prijateljima. Ekoturisti su najčešće menadžeri i srednje visoke su platežne moći. I ovi ekoturisti kao i talijanski se odlučuju za samostalno organiziranje putovanja. Rijetko izabiru svoju zemlju kao ekoturističku destinaciju. Najčešće posjećuju Reunion, Guadeloupe i Martinique, dok u Francuskoj se odlučuju za područje južnih Alpa i Pirineja, kao i područje Normandije. Turističke aktivnosti francuskih ekoturista su: pješaćenje, razgledavanje kulturnih i prirodnih znamenitosti te otkrivanje novih kultura, civilizacija i gastronomije. Francuzi su za ekoturističko putovanje spremni platiti 762 i 1 220 eura.

Njemački ekoturist prosječno ima između 40 i 49 godina, visoko je obrazovan i ima veću platežnu moć. Kao i talijanski i francuski ekoturisti, tako i njemački, uvijek putuju individualno. Njemački ekoturisti, kao i francuski svoje ekoturističke aktivnosti provode uz pješaćenje, izlete te upoznavanje kulture i gastronomije. Ekoturističke destinacije koje posjećuju Nijemci su: Italija, Poljska, Grčka i Španjolska. Prosječna cijena ekoturističkog putovanja u Njemačkoj je oko 500 eura, dok za izvaneuropska putovanja npr Kostarika koju Nijemci posjećuju 1 250 eura.

Ekoturisti su ekološko osviješteni, tj. oni su svjesni da su prirodne osnove života ljudi ugrožene djelovanjem istih tih ljudi. Ekološka svijet obuhvaća:³⁵

- doživljaj prirode i svijest da nas se priroda tiče
- ekološko znanje
- ekološki usmjeren sustav vrijednosti
- namjere da se ponašamo relevantno po okoliš

Doživljaj prirode i svijest da nas se priroda tiče je zapravo ekološka svijest u užem smislu, dok su ostale komponente zapravo dio šireg razumijevanja. Ekološko znanje podrazumijeva znanje o ekološkoj povezanosti. Posljednje dvije komponente se odnose na osobni stav prema okolišu i na obavljanje određenih aktivnosti koje se odnose na okoliš.

Veliki broj turista uočava ekološke probleme kako u vlastitoj zemlji, tako i u zemljama koje posjećuju. Unatoč utvrđivanju ekoloških problema, turisti ne mijenjaju svoje aktivnosti. U tu skupinu turista ne možemo smjestiti i ekoturiste. Njihove aktivnosti su minimalne kako ne bi naštetili prirodi.

³⁵ H. Müller, *Turizam i ekologija*, Zagreb, MASMEDIA, 2004., str. 56.

5. ZAŠTIĆENA PRIRODNA PODRUČJA U HRVATSKOJ

Zbog velike devastacije prirodnog okruženja, kako zbog pretjerane izgradnje tako i zbog pretjerane koncentracije turista na jednom prostoru, razne institucije te vlade pojedinih zemalja svijeta poduzimaju mjere za podizanje ekološke svijesti. Ubrzo dolazi do klasificiranja pejzaža u više tipova zaštićenih područja. Zakoni o zaštiti prirode osigurava zaštitu posebno vrijednim dijelovima žive i nežive prirode.³⁶ Zakonom se točno uređuje način proglašavanja zaštite, upravljanja, gospodarenja i nadzora na pojedinim kategorijama zaštite. Također, Zakonom je uređen i način ukidanja zaštite ako nestanu obilježja zbog kojih je proglašeno zaštićeno područje. Osnivaju se Nacionalni parkovi, Strogi prirodni rezervati, Specijalni rezervati, Parkovi prirode, Park šume, Krajolici, Spomenici prirode. Najveći dio zaštićene površine 8,7% kopnene površine se odnosi na nacionalne parkove i parkove prirode.

Nacionalni parkovi su vrlo važni zbog razvoja turizma i zbog strogih mjera očuvanja ekosustava. Unutar nacionalnih parkova ne smije obavljati nikakvi poljoprivredni radovi, lov ili ribolov, niti se ne smije graditi prometnice. Jedino je dopuštena izgradnja nužne infrastrukture koja omogućava posjetu. U Hrvatskoj ima 8 nacionalnih parkova: Plitvička jezera, Risnjak, Brijuni, Kornati, Mljet, Sjeverni Velebit, Paklenica i Krka.

Strogi prirodni rezervati su prihvaćeni kao mjesta svjetske baštine. Ta su mjesta trajno zaštićena od onečišćenja i saturacije. Na takvim prostorima su dozvoljeni zahvati koji neće narušiti evaluaciju prirode. U Hrvatskoj to su Hajdučki i Rožanski kukovi te Bijele i Samarske stijene (slika 2.).

³⁶ S. Tišma, S. Maleković, *Zaštita okoliša i regionalni razvoj – iskustva i perspektive* -, Zagreb, Institut za međunarodne odnose, 2009., str. 214.



Slika 2. Strogi rezervat Bijele i Samarske stijene

Izvor: Gorski kotar- zeleno srce Hrvatske

Dostupno na: <http://www.gorski-kotar.com.hr/> (11. 09. 2016.)

Parkovi prirode su prostrani prirodni ili samo dijelom kultivirani prostori s naglašenim ekološkim, estetskim i rekreativnim, ali i turističkim vrijednostima.³⁷ U parkovima prirode su dopuštene one djelatnosti koje ne ugrožavaju bitne prirodne karakteristike. U Hrvatskoj postoji 10 parkova prirode: Kopački rit, Medvednica, Velebit, Biokovo, Telašćica, Lonjsko polje, Papuk, Samoborsko gorje-Žumberak, Učka i Vransko jezero.

Specijalni rezervati su područja u kojima je strogo zaštićen jedan ili više elemenata prirode tj. biljnih vrsta, životinjskih vrsta, voda i slično. U Hrvatskoj je registrirano 74 specijalna rezervata, neki od njih su Vražji prolaz, Zeleni vir, Crna Mlaka i drugi.

Broj preostalih zaštićenih područja u Hrvatskoj: 36 park šuma, 32 krajolika, 80 spomenika prirode, 114 hortikulturalnih spomenika, 44 biljne vrste, 380 životinjskih vrsta. Od sveukupnog broja zaštićene prirode, na svjetskoj razini je zaštićeno njih 6: Nacionalni park Plitvička jezera, Park prirode Velebit, Kopački rit i Lonjsko polje, specijalni rezervat Crna Mlaka i područje delte Neretve.

Hrvatski sabor proglašava nacionalne parkove i parkove prirode, a Vlada Republike Hrvatske proglašava stroge i posebne rezervate. Sve ostale kategorije

³⁷ M. Bilen, *Turizam i okoliš*, Zagreb, Mikrorad, 2008., str. 117.

proglašavaju županijske skupštine. Zaštićena područja u Hrvatskoj, u lipnju 2008. godine su obuhvaćala površinu 7 457. 31 km².

Vrlo važnu ulogu pri zaštiti prirode u Hrvatskoj imaju Ministarstvo kulture, tj. Uprava za zaštitu prirode i Državni zavod za zaštitu prirode koji obavljaju upravne poslove i stručne poslove. Uprava za zaštitu prirode obavlja poslove međunarodne suradnje i europskih integracija, poslove strateškog planiranja u zaštiti prirode te slične upravne i stručne poslove, a sastoji se od:

- Odjel za biološku raznolikost
- Odjel za zaštićena područja (Odsjek za zaštićena područja međunarodnog i državnog značaja, Odsjek za zaštićena područja lokalnog značaja, Odsjek za zaštitu nežive prirode, Odsjek za dokumentaciju zaštićenih prirodnih vrijednosti)
- Odjel za održivo korištenje prirodnih dobara
- Odjel za strateško planiranje u zaštiti prirode i europske integracije.

Državni zavod za zaštitu prirode obavlja stručne poslove koji uključuju prikupljanje i obrađivanje podataka u vezi sa zaštitom prirode, izrada odgovarajuće baze o biljnim i životinjskim vrstama, upravljanje zaštićenim područjima i korištenja prirodnih dobara, obavljanje statističkih analiza, sudjelovanje u provođenju međunarodnih ugovora o zaštiti prirode i slično.

Strategija i akcijski plan zaštite biološke i krajobrazne raznolikosti Republike Hrvatske, kao i Programi zaštite prirode su temeljni strateški dokumenti zaštite prirode u Hrvatskoj. Vrlo važna je usklađenost Programa sa Strategijom. Strategijom se određuju dugoročni ciljevi i smjernice za očuvanje biološke i krajobrazne raznolikosti kao i načine njezina provođenja.

Propisani su razni zakoni koji reguliraju zaštitu prirode, ali ipak temeljni propis je Zakon o zaštiti prirode koji je donesen 20. 05. 2005. godine. Ostali zakoni reguliraju pojedine segmente iz područja zaštite prirode, pa tako postoje: Zakon o proglašenju Parka prirode Lonjsko polje, Zakon o proglašenju Biokova parkom prirode, Zakon o proglašenju Bijelih i Samarskih stijena strogim rezervatom itd.

Također postoje mnogi pravilnici (Pravilnik o unutarnjem redu u Nacionalnom parku Brijuni, Pravilnik o unutarnjem redu u Parku prirode Papuk, Pravilnik o prijelazima za divlje životinje i drugi), uredbe (Uredba o osnivanju Javne ustanove Nacionalni park Sjeverni Velebit, Uredba o osnivanju Državnog zavoda za zaštitu prirode itd.), odluke (Odluka o donošenju Prostornog plana Nacionalnog parka Risnjak, Odluka o izradi nacionalne strategije i akcijskog plana zaštite biološke i krajobrazne raznolikosti i ostale odluke) i međunarodni pravni propisi (Konvencija o zaštiti svjetske kulturne i prirodne baštine, Konvencija o močvarama od međunarodne važnosti naročito kao staništa ptica močvarica, Zakon o potvrđivanju Sporazuma o zaštiti šišmiša u Europi te ostali).

Uredba o proglašenju ekološke mreže je usvojena krajem 10. mjeseca 2007. godine. NATURA 2000 je ekološka mreža Europske unije koja obuhvaća područja važna kako bi se očuvale ugrožene vrste. Svaka članica Europske unije doprinosi stvaranju ekološke mreže NATURA 2000 određivanjem posebnih područja zaštite, pa tako i Hrvatska. Ekološka mreža u Hrvatskoj obuhvaća 47% kopnenog i 39% morskog teritorija te uključuje 2 koridora (koridor za morske kornjače i koridor Palagruža-Lastovo-Pelješac koji je važan za selidbu ptica).

6. Nacionalni park Plitvička jezera

Plitvička jezera se sastoje od 16 međusobno povezanih jezera između Male Kapele i Plješivice u Lici, što znači da se nacionalni park nalazi u dvije županije i to u Karlovačkoj i Ličko-senjskoj županiji. Jezera se dijele na gornja jezera kojih ima 12 (Prošćansko jezero, Veliko jezero, Malo jezero, Vir...) i na donja jezera kojih ima 4 (Milinovac, Gavanovac, Kaluđerovac i Novakovića Brod), a stara su i do desetak tisuća godina. Od navedenih jezera najviše je Prošćansko jezero (Slika 3.) sa 693 m, a najniže je Novakovića Brod s 503 m. Gornja jezera nastaju stvaranjem sedra (mjesto gdje voda pada s neke visine) i bogata su šumom, dok donja jezera nastaju urušavanjem svodova nad podzemnim šupljinama te su ona izražena kršom sa strmim obalama. U samom nacionalnom parku postoji 36 špilja i ponora, a u blizini jezera se nalaze njih 20. Neke od tih špilja tek danas počinju nastajati. Zahvaljujući prirodnim ljepotama kojima su bogata Plitvička jezera, upravo su ona postala prvi nacionalni park u Hrvatskoj proglašen 08. travnja 1949. godine. 1979. godine Plitvička jezera su uvrštena u popis Svjetske prirodne baštine.



Slika 3. Prošćansko jezero

Izvor: Nacionalni park Plitvička jezera

Dostupno na: <http://www.np-plitvicka-jezera.hr/>, (11. 09. 2016.)

Nacionalne parkove u Hrvatskoj država ne financira u potpunosti, već se sami financiraju od turističke djelatnosti, sječe šume, naplaćenih ulaznica i slično. Kod Nacionalnog parka Plitvička jezera nije takva situacija. Oni se od svog osnutka sami financiraju. O financiranju su se brinuli Uprava Nacionalnog parka i Uprava za hotelijerstvo i turizam. 60-ih godina počinje se ulagati u infrastrukturu, hotele i druge prateće objekte. Za vrijeme ratnih zbivanja Plitvice su imala velika kreditna zaduživanja i poslovne gubitke.

Unutar Parka nalaze se i ostale zaštićene prirodne vrijednosti koje je moguće vidjeti: Posebni rezervat Čorkova uvala, Spomenik prirode i pećina Golubnjača, Spomenik prirode pećina Šupljara, Spomenik prirode Crna pećina-Vile Jezerkinje, Spomenik parkovne arhitekture skupina Tisa u Sertić poljani. U prijašnjem poglavlju je bilo govora o Ekološkoj mreži NATURA 2000. Područja su podijeljena na područja važna za divlje svojte i stanišne tipove te međunarodno važna područja za ptice. Važna područja za divlje svojte i stanišne tipove su: Rodića špilja, Šupljara špilja, Crna pećina, Pećina Golubnjača, Delička livada, Šuma bora Mihaljevac, Korana, Vrhovinsko polje, Brezovac, Homoljačko polje, Plitvice, Plitvička jezera – cret, Plitvička jezera – uz Maticu, Jugozapadni obronci Medveđaka i okolica jezera Kozjak, Plitvička jezera – jezera, Plitvička jezera – Vreljske bare, Čorkova uvala. Međunarodno važno područje za ptice u Ekološkoj mreži unutar Nacionalnog parka Plitvička jezera – Vrhovinsko polje.

6.1. Zone u Nacionalnom parku Plitvička jezera

Plitvička jezera su podijeljena na šira i uža zaštićena područja, pa se tako i određuje stupanj zaštite. Utvrđene su 3 zone: zona stroge zaštite, zona aktivne zaštite i zona korištenja. Zona stroge zaštite obuhvaća prostore visoke prirodne vrijednosti. U zoni aktivne zaštite potreban je takav tip upravljanja kako bi se očuvala prirodna vrijednost. Zonu korištenja čine prostori niske prirodne vrijednosti.

Zona stroge zaštite se dijeli na zonu najstrože zaštite i zonu vrlo stroge zaštite. Zona najstrože zaštite su područja s visokom biološkom i krajobraznom raznolikosti koja je potrebno čuvati. U tim područjima je dozvoljeno provoditi znanstvena istraživanja, dok je posjetiteljima ulaz u ta područja zabranjen. Područja koja se nalaze u zoni

najstrože zaštite su: posebni šumski rezervat u Čorkovoj uvali, Seliški vrh, Crni vrh, Kik, Rječica-Proščanski vrh i Medveđak. Zona vrlo stroge zaštite je područje koje je ne izmijenjeno ili u maloj mjeri izmijenjeno u svrhu očuvanja i zaštite. Područje koje je u zoni vrlo stroge zaštite je šumski prostor unutar Parka. Na tom prostoru nalaze se obilježene staze i putovi koje mogu koristiti posjetitelji uz stručnog vodiča Parka. Ovo je područje ograničeno brojem i vremenom boravka posjetitelja.

Druga zona je zona aktivne zaštite i dijeli se na zonu aktivne zaštite staništa i na zonu aktivne zaštite šumskih ekoloških sustava. Zona aktivne zaštite staništa obuhvaća uglavnom travnjake koje treba održavati. Područja koja se nalaze u ovoj zoni jesu: Brezovačko i Homoljačko polje, Vrela i Rudanovci, Čuić Krčevina i travnjačke površine. Na navedenim područjima moguće je provoditi istraživanja. Lokalna zajednica ima mogućnost obavljanja košnje i ispaše. Posjetitelji moraju koristiti označene staze uz vodiča. Zona aktivne zaštite šumskih ekoloških sustava uključuje degradirane ili gospodarene šume, odnosno područja Kosa i Brezovačko polje. Dopuštene aktivnosti u ovoj zoni su: nadzor i znanstvena istraživanja, praćenje stanja vode i slično. Posjetitelji imaju mogućnost kretanja po stazama uz korištenje vodiča.

Posljednja zona je zona korištenja te se dijeli na zonu naselja i zonu rekreacije i turističke infrastrukture. Zona naselja obuhvaća sve sela i zaseoke, a glavna naselja su Plitvička jezera, Jezerce, Plitvica, Poljanak, Rastovača i Babin Potok. U ovoj zoni kao i u ostalim postoji mogućnost istraživanja i praćenja stanja, no dopuštene su i neke druge aktivnosti kao npr. razvoj održivog ekološkog turizma, ekološka poljoprivredna proizvodnja, zaštita i očuvanje kulturne baštine i slično. Zona rekreacije i turističke infrastrukture obuhvaća područja s prirodnim, kulturnim, odgojno-obrazovnim i turističko-rekreativnim vrijednostima. Dopuštene aktivnosti u zoni su: razvoj posjetiteljske infrastrukture (poučne staze) u skladu s ekološkim standardima, organizirano i individualno posjećivanje i rekreacija, zaštita i očuvanje kulturne baštine i slično. Posjetitelji imaju mogućnost stalnog posjećivanja i rekreacije uz strogo pridržavanje pravila ponašanja.

Kako je ekoturizam razvijen u Nacionalnom parku Plitvička jezera, tako su propisani ekološki standardi posjećivanja kako se ne bi narušavao ekosustav. Vozila

u Parku koriste dizel gorivo, a samo najnovija vozila imaju katalizatore. Potrebno je uvesti takva vozila koja bi trebala koristiti biodizel, ekodizel ili plin. U planu je ugradnja solarnih ćelija na panoramske brodove i postavljanje kompostnih WC-a jer je to ekološki prihvatljivo. Vrlo važno pitanje u ekoturizmu je gospodarenje otpadom. U Parku su na većem broju lokacija postavljena reciklažna dvorišta. U Parku se na raznim lokacijama nalaze kante za otpad, ali Park namjerava pomoću letaka obavijestiti posjetitelje da otpad ostavljaju na ulazima gdje se i nalaze reciklažna dvorišta. Tehnička služba ima vrlo bitnu funkciju u Parku te je potrebno da njihova oruđa koja koriste kao npr. kosilice i pile budu na biodizel. Ponuda u parku obuhvaća restorane i hotele, pa se preporučuje korištenje ekoprihvatljive ambalaže u ugostiteljskim objektima.

6. 2. Turistička ponuda u Nacionalnom parku Plitvička jezera

U Nacionalnom parku postoji kulturna baština, a najzastupljeniji su objekti tradicionalne arhitekture. Primjer tradicionalne arhitekture je „Lička brvnara“ koja je građena vrlo jednostavno, a uz nju se nalaze štala, sjenik, pekara drvenik, trap i često mlin. U naselju Korana nalazi se pilana koja koristi snagu vode. Vrlo važno je i spomenuti vodenicama na rijekama Vrelo i Korana. Neke zaštićene građevine u Parku su: zgrada bivšeg restorana društvene prehrane, hotel „Plitvice“ i restoran „Kozjak“. Vila Izvor se nalazi na Listi kulturnih dobara, a arheološki lokalitet Gradina Kozjak se nalazi na Listi preventivno zaštićenih kulturnih dobara Republike Hrvatske.

S obzirom na to da postoje razne zone zaštite u nacionalnom parku, ugostiteljska ponuda je ograničena. Sastoji se od hotela, kampirališta, privatnog smještaja, restorana i trgovina. Od smještajnih kapaciteta u Parku posjetitelji mogu odsjesti u hotelima „Jezero“, „Bellevue“, i „Plitvice“, hotel „Grabovac“ i autokampovi „Korana“ te „Borja“. Posjetitelji mogu kušati tradicionalna lička jela u restoranima „Lička kuća“, „Poljana“ i „Borje“. Osim hotela i restorana u Parku od ugostiteljskih sadržaja postoje bistroi, buffeti i caffè barovi. Suvenirnice se nalaze u hotelima „Plitvice“ i „Jezero“ i na ulazima 1 i 2 te Kozjačkoj dragi. Vrlo je važno spomenuti i turističke usluge kao npr. vožnja turističkim brodićem ili vlakom. Posjetitelji mogu uživati u ljepotama nacionalnog parka kroz sva 4 godišnja doba jer je otvoren kroz cijelu godinu. Još 80-

ih godina u turističku ponudu uključeno je skijanje. Skijalište je smješteno u naselju Mukinje (Slika 4.).



Slika 4. Skijalište i sanjkalište Mukinje

Izvor: Nacionalni park Plitvička jezera

Dostupno na: <http://www.np-plitvicka-jezera.hr/>, (11. 09. 2016.)

Osim skijanja u ponudi skijališta i sanjkališta Mukinje je bordanje i sanjkanje. Posjetitelji mogu unajmiti skijašku i bordersku opremu, ali i sanjke i lopatice za spuštanje niz padinu.

6. 3. Posjetitelji u Nacionalnom parku Plitvička jezera

Posjetitelji u Nacionalni park ulaze kroz 2 glavna ulaza (Ulaz 1 i Ulaz 2) i kroz pomoćni ulaz „Flora“. Na svakom ulazu nalaze se recepcije gdje posjetitelji mogu dobiti razne informacije i kupiti karte. Također informacije se mogu dobiti na recepciji u hotelima te kod raznih osoblja koja se nalaze u Parku. Posjetitelji se mogu kretati individualno ili u grupama, pješice ili vožnjom panoramskim vlakovima, elektro-brodovima i čamcima. Nacionalni park iz godine u godinu bilježi sve veći broj posjetitelja. Najveći broj posjetitelja je vidljiv u srpnju i kolovozu i u razdoblju od 10 do 12 sati. Grupe posjetitelja najviše dolaze u predsezoni i posezoni, tj. u proljeće i na jesen.

Posjetitelji se mogu baviti raznim aktivnostima u Parku. Aktivnosti uključuje razgledavanje, planinarenje, vožnju biciklom, vožnju čamcem, fotografiranje, vožnja panoramskim vlakom, vožnja brodom. Također postoji mogućnost planinarenja na Medveđak.

U razdoblju od 1. kolovoza do 30. rujna 1998. godine provedeno je istraživanje, tj. anketiranje posjetitelja na 4 jezika: hrvatskom, engleskom, njemačkom i talijanskom. Razlozi anketiranja posjetitelja: spoznaja o posjetiteljima (dob, spol, zanimanje, razlozi dolaska, trajanje boravka i slično), spoznaja o zadovoljavanju njihovih potreba i o radu osoblja, procjena promidžbe te ocjene prigovora posjetitelja tj. nedostatci.

Veliki broj posjetitelja provodi kratko vrijeme na Plitvicama, tj. 1 ili 2 dana. U slučaju dužeg boravka postavlja se pitanje korištenja smještajnih kapaciteta. Ipak veliki broj ispitanika nije odgovorilo na to pitanje, te se pretpostavlja da posjetitelji ne koriste smještajne kapacitete. Ugostiteljska ponuda je na zadovoljavajućoj razini. Na pitanje izbora čimbenika privlačnosti, posjetitelji najčešće ističu ljepotu prirodnog ambijenta.

Najveći broj posjetitelja samostalno organiziraju putovanje te u destinaciju dolaze s osobnim vozilom. Do velikog razočarenja dolazimo u pitanju broja prijašnjih posjeta. Strani posjetitelji u malom broju dolaze po drugi ili treći put u Nacionalni park, što znači da tek po prvi put posjećuju i ne vraćaju se. Domaći posjetitelji se ipak vraćaju više puta na Plitvice.

Po pitanju izvora informacija i kod stranih posjetitelja, ali i domaćih izvor je upravo preporuka prijatelja ili znanca. To je zapravo odličan znak, a znači da se „dobar glas daleko čuje“. Zatim slijede tv, tisak ili radio te od ostalih izvora knjige, vodiči i časopisi.

Ispitanici su zadovoljni osobljem, a za nezadovoljstvo ističu neljubaznost osoblja u restoranima i vlakiću te uređenje Parka. Po pitanju cijena ulaznica, posjetitelji nemaju primjedbi, ali i u dosta velikom broj posjetitelji smatraju da su previsoke. Vrlo pozitivno saznanje je to da posjetitelji namjeravaju doći ponovno. Čak 92 % ispitanika u anketi je izjavilo da će Plitvička jezera preporučiti drugima.

Najposjećeniji prostori u Nacionalnom parku su Gornja i Donja jezera. Najprivlačniji prirodni čimbenici u Parku su slapovi i mirni prostori uz jezera. Sve ostale čimbenike (šuma, biljni i životinjski svijet) treba učiniti privlačnijim. Najpoželjnije aktivnosti su dobro uređen sustav staza za šetnje. Anketom se spoznaje da su posjetitelji zadovoljni organizacijom i stanjem prometa na području Parka.

Nije velika razlika u broju muških i ženskih posjetitelja, ipak u maloj prednosti je žensko stanovništvo. Prema dobnoj strukturi gostiju najzastupljeniji je skupina u rasponu od 18 do 55 godina te su radno-aktivni. Zatim slijede mlado stanovništvo i tek nakon njih najstarije stanovništvo, odnosno stanovništvo starije od 55 godina. Najčešći odgovor po pitanju strukture gostiju po zanimanju je činovnik odnosno radnik u državnoj službi.

Rezultati pokazuju da posjetitelji u podjednakom razmjeru putuju s jednom, dvije ili tri osobe. Ipak najveći broj odgovora je zabilježen kod 4 i više osoba, ali to se odnosi na putovanja s turističkom agencijom. Od stranih posjetitelja najzastupljeniji su državljani Europske unije, a zatim državljani ostalih europskih zemalja. Na temelju rezultata spoznaje se da domaćih posjetitelja ima 30% te najviše njih dolazi iz Splitsko-dalmatinske županije.

Također u istom razdoblju od 1. kolovoza do 30. rujna 1998. održano je anketiranje hotelskih gostiju, tj. gosti koji su odsjeli u Hotel Plitvice i Hotel Bellevue. Osnovni cilj ove ankete je bio stvaranje informacijske baze o posjetiteljima Nacionalnog parka. Ova anketa kao i ona prije navedena je pisana na 4 jezika: hrvatskom, engleskom, njemačkom i talijanskom.

Kao i ostali posjetitelji, tako i ovi posjetitelji Parka te korisnici hotelskih usluga, borave u prosjeku 1-2 dana. Posjetitelji u hotelima najčešće koriste jela po narudžbi tj. a la carte te su zadovoljni kvalitetom hrane. Razlog pri nezadovoljstvu hranom je visoka cijena, a zatim slijede slaba kvaliteta i nedovoljna količina. Posjetitelji su smješteni u dvokrevetne sobe te su zadovoljni smještajem. U slučaju djelomičnog nezadovoljstva, ispitanici navode pritužbe na opremljenost sobe.

Najčešći razlog posjete Nacionalnog parka je usputna stanica pri konačnom odredištu putovanja. Na pitanje privlačnosti lokaliteta, posjetitelji ističu ljepotu prirodnog ambijenta.

Kao i u prošloj anketi, posjetitelji Parka i korisnici hotelskih usluga, u Park dolaze osobnim automobilom i u vlastitom aranžmanu. Posjetitelji su u velikoj većini po prvi puta na Plitvicama, a za njih su saznala preko prijatelja ili znanaca. Ispitanici su zadovoljni ponašanjem osoblja u Parku, osobljem na recepcijama hotela i osobljem u restoranu.

Polovica ispitanika koji koriste hotelske usluge ne smatra da nedostaje razonoda i igra, no dosta ispitanika je odgovorilo da njima nedostaju ponajviše sportski sadržaji, ali i poučne staze ili mogućnost promatranja ptica. Kako bi i ti ispitanici bili zadovoljni, potrebno je nešto napraviti i po pitanju dodatnih sadržaja. Jedno od postavljenih pitanja su bili čimbenici odbojnosti, a kao odgovore ispitanici su naveli nedostatak razonode i cijene usluge.

Kao i ispitanici u prijašnjoj anketi i ovi ispitanici namjeravaju opet posjetiti Nacionalni park te će ih predložiti prijateljima. Najposjećeniji prostori u Parku su Gornja i Donja jezera, a najpoželjnije aktivnosti su dobra organizirana staza za šetnju i prostor za motrenje životinja. Dodatnim aktivnostima u Parku ispitanici smatraju: bolja infrastruktura Parka i sport rekreacija.

Ova anketa je obuhvatila veći broj muških ispitanika, nego ženskih te se ispitanici nalaze u dobnoj skupini od 15 do 55 godina. Najveći broj ispitanika su umirovljenici, a zatim slijede samostalni poduzetnici i radnici u državnoj službi. Po pitanju broja osoba u pratnji, odgovori se podjednako pojavljuju. Kao i u prijašnjoj anketi, 30% ispitanika je domaćih, a 70% stranih ispitanika. Strani posjetitelji najčešće dolaze iz zemalja koje su članice Europske unije. A domaći posjetitelji dolaze iz Zagrebačke županije, Grada Zagreba, Primorsko-goranske županije i Splitsko-dalmatinske županije.

6. 4. Akcijski plan Nacionalnog parka Plitvička jezera

Zbog velikog broja posjetitelja i nastanka gužve u Parku se namjeravaju poduzeti sljedeće mjere: aktiviranje novih staza, izmještanje mostića s kruna sedrenih barijera i izrada suvremenog sustava signalizacije obilaska. Vrlo važnu

ulogu u prostornom rasporedu posjetitelja ima i raspored informacijsko-interpretativnih sadržaja.

Planira se izgradnja šetnice koja prati kanjon rijeke Korane, tj. od Sastavaka do kampa Korana. Potrebno je napraviti alternativni put do Velikog slapa jer je to jedna od najposjećenijih znamenitosti te se ondje nalazi velika koncentracija posjetitelja. Prije spomenut sustav signalizacije mora biti jednostavan, jasan i prihvaćen od svakog posjetitelja. U Akcijskom planu se navodi stavljanje dodatnih poučnih panoa uz jezero Kozjak. Još neki planovi koji se nalaze u Akcijskom planu su: izrada brošure posvećene prašumi Čorkovoj uvali, postavljanje poučnog panoa o špilji Šupljari, postavljanje poučne staze uz budući Prezentacijski centar, postavljanje poučne staze za promatranje ptica, izrada promidžbenih materijala i ostali planovi.

U Akcijskom planu neizbježna tema je sigurnost posjetitelja Parka. Aktivnosti vezane uz sigurnost su: popravci mostova na ulazima 1 i 2 i na pristaništu brodova, pojačani nadzor na izrazito frekventnim lokacijama kao npr. prostor ispod Velikog slapa kako bi se omogućilo lakše kretanje posjetitelja, postavljanje sigurnosnih ograda. Najveći problem su zapravo staze u Parku koje nasipavaju šljunkom, a za vrijeme kiše i snijega sav taj šljunak odlazi u vodu. Potrebno je izgraditi mostiće na određenim lokacija, ali treba voditi računa vrsti materijala, visini mostića, dužini dionica i sl. zbog ekosustava Parka.

7. ZAKLJUČAK

U današnje vrijeme suvremeni turisti postaju sve zahtjevniji. Već od davno turistima nije dovoljno putovati u jedno mjesto, okupati se u moru ili jezeru, vidjeti par kulturnih spomenika i vratiti se doma. Turisti traže puno više i očekuju puno više. Zbog svih njihovih zahtjeva nastaju selektivne vrste turizma, pa tako i ekološki turizam. Ekološki turizam je specifična vrsta turizma koja se razvijala kako u svijetu tako i u Hrvatskoj u zaštićenim područjima. Počinje bilježiti sve veću popularnost između turista i medija.

Zbog masovnog uništavanja i onečišćavanja, turisti postaju svjesni prirodnih bogatstva pa putuju kako bi zaštitili prirodu. Oni smatraju sebe odgovornima za zaštitu prirodnih resursa. Ekoturisti pokušavaju smanjiti otpad i komuniciraju s lokalnom zajednicom što je vrlo važno. Također vrlo važno je za uzet u obzir da ekoturisti troše više novčanih sredstava, nego obični turisti. To je zapravo odlično za povećanje prihoda od turizma u Hrvatskoj.

Hrvatska je bogata kako prirodnim ljepotama tako i kulturnom baštinom. Vrlo važna su ta prirodna bogatstva jer se ekoturizam zapravo temelji na njima. U Hrvatskoj je zaštićeno 356 područja, 44 biljne vrste i 380 životinjskih vrsta. Hrvatsko prirodno bogatstvo je prepoznao i svijet te su oni zaštitili 6 područja.

Ipak može se zaključiti da ekoturizam ima i negativne i pozitivne strane. Ekoturizam može pomoći u održivom razvoju turizma i ekosustava, ali može doći i do devastacije prirodnog bogatstva. Kako ne bi došlo do uništenja potrebno je odrediti posebne mjere zaštite.

LITERATURA

1. KNJIGE

Bilen, M., *Turizam i okoliš*, Zagreb, Mikrorad, 2008.

Bilić, J., *Hrvatska – turistički vodič*, Zagreb, MASMEDIA, 1998.

Horvat, B., *Turizam u sociokulturološkoj perspektivi*, Zagreb, Mikrorad, 1999.

Jadrešić, V., *Janusovo lice turizma, Od masovnog do selektivno-održivog turizma*, Zagreb, Plejada, 2010.

Kotletić, V., *Indikatori održivog razvoja*, Zagreb, Državni zavod za statistiku Republike Hrvatske, 2005.

Müller, H., *Turizam i ekologija*, Zagreb, MASMEDIA, 2004.

Pirjevec, B., *Ekonomska obilježja turizma*, Zagreb, Golden marketing, 1998.

Šikić, Z., *Nacionalni park Plitvička jezera – Plan upravljanja*, Plitvička jezera, Ministarstvo kulture Republike Hrvatske, 2007.

Štifanić, M., *Sociologija turizma*, Rijeka, adamič, 2002.

Vidaković, P., *Nacionalni parkovi i zaštićena područja u Hrvatskoj: (očuvana priroda – kultura – ekoturizam)*, Zagreb, Fond za stipendiranje mladih za zaštitu prirode i turizam, 2003.

Vukonić, B., *Povijest hrvatskog turizma*, Zagreb, Prometej, 2005.

Čorak, S. i V. Mikačić, *Hrvatski turizam plavo bijelo zeleno*, Zagreb, Znanstvena edicija Instituta za turizam, 2006.

Pirjevec, B. i O. Kesar, *Počela turizma*, Zagreb, Mikrorad, 2002.

Tišma, S. i S. Maleković, *Zaštita okoliša i regionalni razvoj – Iskustva i perspektiva*, Zagreb, Institut za međunarodne odnose, 2009.

Grupa autora, *Održivi razvoj turizma*, Zagreb, Grafo Mark, 2005.

2. IZVORI S INTERNETA

Nacionalni park Plitvička jezera, dostupno na: <http://www.np-plitvicka-jezera.hr/>

POPIS TABLICA

Redni broj	Naziv tablice	Stranica
1.	Potrebe i motivacija navedene u turističkoj literaturi prema Maslowu	5
2.	Motivacija turista u Hrvatskoj za 2014. godinu	6

POPIS SLIKA

Redni broj	Naziv slike	Stranica
1.	Klasifikacija putnika prema WTO	4
2.	Strogi rezervat Bijele i Samarske stijene	35
3.	Prošćansko jezero	38
4.	Skijalište i sanjkalište Mukinje	42

SAŽETAK

U svijetu postaje razne definicije turizma. Svaki čovjek, turist, posjetitelj na različite načine poistovjećuje turizam s putovanjem ili rekreacijom. Turist je svaka osoba koja putuje izvan mjesta stalnog boravka u turističku destinaciju kako bi sudjelovao u turističkim aktivnostima, ali bez obavljanja gospodarske djelatnosti. Vrlo važni su pokretački čimbenici koji su zaslužni za donošenje odluka o putovanju. Ti čimbenici su turistička potreba i turistička motivacija. Turizam se u svijetu prvo povezivao s migracijama stanovnika, ali ipak prva turistička putovanja bila su vezna uz Olimpijske igre. U Hrvatskoj turizam se je počeo razvijati 1850. godine kada su se otvarali prvi hospiciji za strance.

Pojava selektivnih vrsta turizma zabilježena je 70-ih godina 20. stoljeća, a neka bitna obilježja su individualno putovanje i važnost aktivnosti u destinacijama. U današnje vrijeme selektivne vrste turizma su u stalnom razvoju, a neke od njih su zdravstveni turizam, vjerski, ekološki, dark turizam itd. Zbog velike masovnosti turista i onečišćenja turističkih destinacija pojavljuje se održivi razvoj turizma. Održivi razvoj je zasnovan na 4 glavna načela: ekološka održivost, sociokulturna, ekonomska i tehnološka održivost.

Ekološki turizam je jedna od vrsta selektivnog turizma koji se odvija u zaštićenim područjima. Turisti koji sudjeluju u ekoturizmu su ekoturisti koji se dijele na „meke“ i „tvrde“ ekoturiste. Razlika je pasivno sudjelovanje „mekih“ ekoturista u turističkim aktivnostima i fizička aktivnost „tvrđih“ ekoturista. Zaštićena područja u Hrvatskoj jesu nacionalni parkovi, parkovi prirode, strogi rezervati itd. Nacionalni park Plitvička jezera je najstariji i najposjećeniji nacionalni park u Hrvatskoj. Sastoji se od 16 međusobno povezanih jezera. Park je zaštićen u 3 zone: zona stroge zaštite, zona aktivne zaštite i zona korištenja. Za svaku zonu točno su određene moguće aktivnosti posjetitelja kao i mjere kojih se treba pridržavati.

KLJUČNE RIJEČI: turizam, turist, turistička potražnja, turistička ponuda, selektivne vrste turizma, održivi razvoj turizma, ekološki turizam, ekoturisti, zaštićena područja, Nacionalni park Plitvička jezera

SUMMARY

There are different definitions of tourism in the world. Every man, tourist and visitor in many different ways identifies tourism with traveling or recreation. A tourist is every person which travels outside of the place of his permanent place of living to a tourist destination so that he can participate in tourist activities, but without doing any economic activity. Driving factors which are responsible for making decisions about travel are very important. At first, tourism in the world was connected with population migration, but the first touristic travels were bound to the Olympic Games. In Croatia, tourism started developing in the 1850. when the first hospices for foreigners were being opened.

The appearance of selective types of tourism was noted in the 1970's, and some of the important characteristics are individual traveling and importance of activities at destinations. Nowadays, types of selective tourism are in constant development, and some of them are health tourism, religious, ecological, dark tourism and so on. Because of the massive numbers of tourists and the pollution of tourist destinations, sustainable development of tourism was introduced. Sustainable development is based on 4 main principles: ecological sustainability, social and cultural sustainability, economical sustainability and technological sustainability.

Eco tourism is one of the types of selective tourism which takes place in protected areas. The tourists who participate in eco tourism are called eco tourists and they are divided in two groups: "soft" and "hard" eco tourists. The difference is passive participation of "soft" eco tourists in touristic activities and physical activity of "hard" eco tourists. Protected areas in Croatia include national parks, nature parks, strict reserves and so on. National park Plitvice Lakes is the oldest and most visited national park in Croatia. It consists of 16 intertwined lakes. The park is protected in 3 zones: strict protection, active protection and usage zone. Every zone has precisely determined activities in which tourists can participate in and measures with which tourists must comply.

KEY WORDS: tourism, tourist, touristic demand, touristic offer, selective types of tourism, sustainable development of tourism, eco tourism, eco tourists, protected areas, National park Plitvice Lakes